۸

آیین برنامه سازی درباره

«فرهنگ عفاف و حجاب»

ابراهیم شفیعی سروستانی



بسم الله الرحمن الرحیم

آیین برنامه سازی درباره فرهنگ عفاف و حجاب

نویسنده:

ابراهیم شفیعی سروستانی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

آیین برنامه سازی درباره فرهنگ عفاف و حجاب

مشخصات کتاب

سرشناسه : شفیعی سروستانی، ابراهیم، ۱۳۴۳ -

عنوان و نام پدیدآور : آیین برنامه سازی درباره فرهنگ عفاف و حجاب/ ابراهیم شفیعی سروستانی.

مشخصات نشر : قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری : ۱۳۴ص.

فروست : مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما؛ ۱۸۰۰. مجموعه پژوهش های برنامه ای؛ ۸.

شابک : ۴۰۰۰۰ ریال : ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۴-۲۵۳-۵

وضعیت فهرست نویسی : فاپا

یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۲۹ - ۱۳۴.

موضوع : تلویزیون -- برنامه های اسلامی

موضوع : رادیو -- پخش برنامه های اسلامی

موضوع : عفت -- جنبه های مذهبی -- اسلام

موضوع : حجاب اسلامی

شناسه افزوده : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهشهای اسلامی

رده بندی کنگره : PN۱۹۹۲/۶/ش۷آ۹ ۱۳۹۱

رده بندی دیویی : ۳۰۲/۲۳۴۵

شماره کتابشناسی ملی : ۲۹۲۰۷۱۵

ص:۱

فهرست مطالب

تقدیم به پیشگاه مقدس حضرت بقیه الله الاعظم (ارواحنا له الفداء)

ص:۳

ص:۵

ص:۶

دیباچه

ص:۷

دیباچه

رسـانه هـا در دنیـای امروز نقش و جایگاهی تعیین کننـده یافته و بر همه مناسـبات فردی و اجتماعی انسان ها اثر گذاشـته انـد. رسانه های تصویری به ویژه سـینما و تلویزیون، امروز دیگر از نقش یک وسـیله سرگرمی ساز خارج شده و تبدیل به وسیله ای برای همسان سازی فرهنگی و القای سبک زندگی خاصی بر مخاطبان جهانی خود شده اند.

بر همین اساس است که رهبر معظم انقلاب اسلامی می فرماید:

امروز رسـانه هـا در دنیـا فکر، فرهنـگ، رفتـار و در حقیقت هویت فرهنگی انسـان هـا را القـا می کننـد و تعیین کننـده هسـتند. رسانه‌ها ... می توانند در ارتقای اخلاق و معنویت در میان انسان ها مؤثر باشند و می توانند انسان را خوشبخت تر کنند. متقابلاً می توانند ... عادات و آداب و رفتارهای مضـر را در میان مردم رایج کنند. می توانند ملت هایی را از هویت انسانی خودشان و هویت ملی شان تهی کنند.(۱)

۱- سـخنان مقام معظم رهبری در دیـدار با مدیران و برنامه‌سازان کشورهای مختلف، ۲۶/۲/۱۳۸۵؛ در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای: http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۳۳۴۰

بـا تـوجه به جایگـاه و نقش یـاد شـده، صـدا و سـیمای جمهوری اسـلامی به عنوان رسـانه ای که ترجمـان باورهـا، ارزش‌هـا و آرمان‌های حاکم به نظام جمهوری اسـلامی به شـمار می‌آیـد، بایـد با برنامه‌ریزی و سیاست گـذاری مناسب در جهت ارتقای ایمان و معرفت دینی مردم و ترویج اخلاق و معنویت در جامعه، با بهره‌گیری از ابزار هنر و جذابیت های رسانه‌ای اقدام کند.

بـا وجود گـام‌هـای بلنـدی که در طول سـال‌های پس از پیروزی انقلاب اسـلامی در جهت بهره‌گیری از ابزار هنر و رسانه برای تبلیغ و ترویـج و نهـادینه‌سازی باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اسـلامی در جامعه برداشـته شـده است، ولی بایـد اعتراف کرد که هنوز تـا رسـیدن به نقطه مطلوب و اسـتفاده کامـل از ظرفیت‌هـای بی‌نظیر رسـانه‌ها، به ویژه رسانه‌های تصویری برای اهـداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی فاصله زیادی وجود دارد.

یکی از موضوع‌هـای مهمی که رسـانه ملی بسـیار می‌توانـد در آن اثرگـذار باشـد، موضوع ارتقـای جایگاه و شخصـیت زن در جامعه اسلامی و اصلاح تصویر نادرستی است که رسانه‌های غربی از زن و جایگاه اجتماعی او ارائه می‌دهند.

مقام معظم رهبری در این باره می‌فرماید:

مـا بایستی زن را، هم باحجاب نشان بـدهیم، هم سـرشار از ارزش هایی که اسـلام و انقلاب برای او در نظر گرفته است ... مهم ترین مسـئله، آن گوهر عفت زن، آن عضو اصـلی و رکن اساسـی خـانواده بودن، آن عضو اصـلی و رکن اساسـی فعـالیت‌های جـامعه بودن، آن تـأثیر زن در رشـد جامعه و رشـد مردان، آن تأثیر زن در واقعیت‌های گذشـته ما _ از قبیل انقلاب و جنگ و غیره _

است.(۱)

چنـان که مقـام معظم رهبری نیز در سـخنان یادشـده تأکیـد فرمودنـد، یکی از حوزه‌هـای مهمی که امروز رسانه ملی در جهت ارتقـای جایگـاه و شخصـیت زن در جـامعه اسـلامی بایـد به آن بپردازد، ترویـج و نهـادینه سـازی فرهنـگ عفـاف و حجاب با بهره گیری از ابزار هنر و جذابیت های رسانه ای است.

با توجه به ضرورت بهره گیری از ابزار هنر و رسانه برای گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه که یکی از مطالبات جـدی رهبر معظم انقلاب اسـلامی، مراجع عظام تقلیـد و مردم متـدین کشورمان از رسانه ملی است، در کتاب حاضـر ضمن بررسـی وظـایف و مسـئولیت هـای رسـانه ملی در این زمینه، پیشـنهادها و راه کارهای عملی برای برنامه سازی در حوزه فرهنگ عفاف و حجاب ارائه شده است.

امیـدواریم این کتاب، مـدیران و برنامه سازان صـدا و سـیما را در ایفای نقش و مسـئولیت مهمی که در این حوزه دارند، یاری دهد.

اداره کل خدمات رسانه ای

مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

پیش گفتار

ص:۱۰

۱- سـخنان مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای سیاست گذاری صدا و سیما، ۱۴/۱۲/۱۳۶۹؛ در: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای: http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۲۴۳۱

پیش گفتار

پدیده بدحجابی در ایران، پدیده‌ای پیچیده، چندوجهی و برخاسته از علل و عوامل گوناگون اجتماعی، فرهنگی، تربیتی، آموزشی، اخلاقی، سیاسی و اقتصادی است.(۱) ازاین رو، برای مقابله با آن نمی‌توان تنها به اقدام های ساده، سطحی و تک‌وجهی بسنده کرد و ضروری است که نهادها، سازمان‌ها و دستگاه‌های مختلف پژوهشی، آموزشی، فرهنگی، انتظامی و قضایی با هماهنگی و انسجام و طرح و برنامه‌ای دقیق و مشخص برای نهادینه سازی فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه اسلامی ایران بکوشند.

این موضوع به ویژه با تأکیدهای مقام معظم رهبری در زمینه ضرورت توجه به عفاف به عنوان مهم ترین عنصر شخصیت زن، اهمیتی فراوان‌تر می‌یابد:

هر حرکتی که برای دفاع از زن انجام می‌گیرد، باید رکن اصلی آن رعایت عفاف زن باشد ... . نباید بگذارند عفت زن که مهم ترین عنصر برای شخصیت زن است، مورد بی‌اعتنایی قرار گیرد.(۲)

ص:۱۲

۱- برای مطالعه بیشتر درباره «زمینه‌ها و عوامل گسترش بدحجابی در ایران» نک: ابراهیم شفیعی سروستانی (به کوشش)، حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص۱۹۷- ۳۵۷.

۲- سخنرانی رهبر معظم انقلاب در اجتماع بزرگ بانوان، ۳۰/۷/۱۳۷۶؛ در: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای: http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۱۵۰۱.

بی تردید، از میان همه نهادها و سازمان های مسئول در زمینه گسترش فرهنگ حجاب و عفاف و مقابله با بدحجابی، صدا و سیمای جمهوری اسلامی نقشی مهم تر، گسترده تر و اثرگذارتر دارد؛ زیرا این سازمان بر اساس رهنمود مقام معظم رهبری، مأمور «مدیریت و هدایت فرهنگ و افکار عمومی جامعه» است(۱) و بیشترین و ماندگارترین اثر را بر ذهن و دل مخاطبان انبوه خود بر جای می گذارد.

جایگاه و نقش رسانه ملی در گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب را از چند دیدگاه می‌توان تحلیل و بررسی کرد:

نخست ــ دیدگاه راهبردی: در این دیدگاه، آنچه اهمیت دارد، تبیین و تعیین راهبردهای رسانه ملی در پرداختن به مقوله عفاف و حجاب است.

دوم ــ دیدگاه مأموریت و وظیفه سازمانی: در دومین دیدگاه، هدف مطالعه و پژوهش، شناسایی وظایف و مسئولیت‌هایی است که سازمان صدا و سیما با توجه به اسناد بالادستی و رهنمودهای مقام معظم رهبری در زمینه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب بر عهده دارد.

سوم ــ دیدگاه سیاست‌گذاری: در دیدگاه یادشده، موضوع تحلیل و بررسی، تعیین سیاست‌ها و باید و نبایدهایی است که صدا و سیما در این حوزه باید به آنها توجه کند.

چهارم ــ دیدگاه برنامه سازی: در این دیدگاه، بررسی و تحلیل با هدف شناسایی ایده ها، موضوع ها، اولویت ها و قالب های مناسب برنامه سازی انجام می شود.

ص:۱۳

۱- سخنان رهبر معظم انقلاب در دیدار رئیس و مدیران صدا و سیما، ۱۱/۹/۱۳۸۳؛ در: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای: http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۳۲۶۲.

بی تردیـد، در حال حاضـر بررسـی و تحلیل موضوع یاد شـده از همه دیدگاه های چهارگانه ضـرورت دارد و رسانه ملی بدون داشـتن پشتوانه های پژوهشی قابل اتکا در هر یک از این زمینه ها نمی تواند رسالت و مسئولیت مهم خود را در حوزه گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب به انجام رساند.

بر این اساس، در کتاب حاضر، راهبردها، وظایف و مسئولیت‌های رسانه ملی در گسترش فرهنگ عفاف و حجاب بنا بر مصوبه شورای فرهنگ عمومی، بایسـته‌های تحقق این وظایف و مسـئولیت‌ها و همچنین اولویت‌ها، بایسته‌ها و سیاست‌های برنامه‌سازی در این زمینه بررسی می شود.

در پایـان لازم می‌دانم از همه عزیزانی که از مشـاوره‌هـای ارزشـمند آنان در تـدوین اثر بهره بردم؛ به ویژه برادران و خواهران ارجمنـدم در دفتر مطالعـات و تحقیقات زنان و همکاران گرامی‌ام در مرکز پژوهش‌های اسـلامی صـدا و سـیما و همچنین همه همکارانی که در آماده سازی این اثر نقش داشـتند؛ به ویژه خواهر ارجمند سرکار خانم زهره نیک خلق احمدی سپاس گزاری و برای همه آنها آرزوی موفقیت کنم.

ابراهیم شفیعی سروستانی

رمضان المبارک ۱۴۳۳/مرداد ۱۳۹۱

۱. راهبردها

اشاره

ص:۱۴

۱. راهبردها

نخستین و مهم‌ترین گام در هر اقدام کلان فرهنگی؛ به ویژه در زمینه فرهنگ‌سازی و اصلاح فرهنگ موجود، تعیین راهبردها و سیاست‌های کلان است؛ زیرا بدون وجود راهبرد و سیاست کلان، طرح‌ها و برنامه‌های اجرایی و عملیاتی، اجزایی ناهماهنگ، غیرمنسجم و گسسته از هم خواهند بود که نه اثرگذاری لازم را دارند و نه هدف مورد نظر را محقق می‌سازند. حتی گاهی یکدیگر را هم خنثی می کنند.

در موضوع گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب نیز تعیین راهبردها و سیاست‌های کلان نخستین و مهم‌ترین گام به شمار می‌آید، از این رو پیش از بررسی وظایف و مسئولیت‌های سازمان صدا و سیما در این زمینه باید به بررسی مهم‌ترین راهبردها و سیاست‌های کلانی پرداخت که این سازمان در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های خود در حوزه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب و همچنین تولید و پخش برنامه باید به آنها توجه کند.

در تعیین راهبردهای رسانه ملی در این زمینه، باید به چند عامل مهم توجه

کرد:

نخست، وضعیت امروز عفاف و حجاب در ایران و گستردگی و ژرفای پدیده ناهنجار بدحجابی در کشور؛ دوم، عوامل و زمینه‌هایی که در شکل‌گیری وضعیت امروز عفاف و حجاب در ایران مؤثر بوده‌اند؛ سوم، تهدیدها و آسیب‌هایی که در زمینه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در کشور وجود دارند؛ چهارم، مشکلات و نارسایی‌هایی که در حال حاضر در عملکرد رسانه ملی در این زمینه وجود دارد؛ پنجم، جایگاه و نقش مهمی که سازمان صدا و سیما در مدیریت و هدایت فرهنگ و افکار عمومی جامعه بر عهده دارد.

بی‌تردید، بررسی تفصیلی همه موارد یادشده به عنوان پیش‌نیازهای تعیین راهبردهای رسانه ملی در زمینه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب، در این مجال امکان‌پذیر نیست. از این رو، در اینجا تنها بر اساس یافته‌های کتاب‌ها و مقاله‌های پژوهشی که تاکنون در این زمینه نگارش یافته‌اند؛ به ویژه مجموعه آثار هم‌اندیشی «حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی»،(۱) به تبیین مهم‌ترین راهبردهای رسانه ملی در این زمینه می‌پردازیم.

الف) گفتمان‌سازی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب

الف) گفتمان‌سازی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب

فرهنگ و تمدن مغرب‌زمین در دهه‌های اخیر، با بهره‌گیری از رسانه‌های فراگیر و اثرگذار خود، دیدگاه غربی درباره زن و خانواده را به گفتمان حاکم بر جهان، تبدیل و یک نظام معنایی به هم پیوسته را در زمینه شخصیت انسانی، حقوق فردی و جایگاه اجتماعی زن و همچنین نقش و کارکرد خانواده ایجاد کرده است. در این

۱- نک: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳-۱.

گفتمان، زن از انسانی با ویژگی‌های متعالی به «کالا»ی جنسی و موضوع سودآورترین تجارت جهانی (تجارت سکس)؛ «مشتری» تولیدات رنگارنگ صنایع بهداشتی، آرایشی، پوشاک جهان سرمایه‌داری و «ابزار»ی برای عرضه و فروش هرچه بیشتر کالاهای تولیدی شرکت‌های بزرگِ ملی و فراملی بدل شده است.(۱)

امروز در همه محافل دانشگاهی، مجامع و سازمان‌های بین‌المللی، گروه‌ها و سازمان‌های مدافع حقوق زنان و رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری، دیدگاه غالب در مورد زن و خانواده همان دیدگاهی است که فرهنگ و تمدن غربی به جهان تحمیل کرده است.

در چنین فضایی، رهبر معظم انقلاب اسلامی ضرورت گفتمان‌سازی در حوزه زن و خانواده بر اساس دیدگاه اسلامی را مطرح کردند. ایشان در سومین نشست اندیشه‌های راهبردی که با موضوع زن و خانواده برگزار شد، با اشاره به ضرورت گفتمان‌سازی در این حوزه فرمود:

گفتمان یک جامعه، مثل هواست، همه تنفس می‌کنند؛ چه بدانند؛ چه ندانند؛ چه بخواهند؛ چه نخواهند. باید این گفتمان سازی انجام بگیرد؛ که البته نقش رسانه‌ها و بالخصوص نقش روحانیون و نقش بزرگان و اساتید دانشگاهی حتماً نقش بارز و مهمی است.(۲)

با توجه به مطالب یادشده، رسانه ملی باید در حوزه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب، بر اساس راهبرد تغییر گفتمان غربی در نگاه به زن و خانواده و گفتمان‌سازی در زمینه دیدگاه اسلام درباره زن و خانواده

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: ابراهیم شفیعی سروستانی، زن؛ نظام سلطه و رسانه‌ها، صص ۷۵-۹۶.

۲- سخنان مقام معظم رهبری در سومین نشست اندیشه های راهبردی، ۱۴/۴/۱۳۹۱؛ در پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی سید علی خامنه‌ای: http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۱۸۴۵۳

سیاست‌گذاری و برنامه ریزی و بر اساس همین گفتمان هم فرهنگ عفاف و حجاب را به عنوان بخشی از دیدگاه اسلام درباره حقوق و شخصیت زن تبیین کند. (۱)

ب) تقویت انگیزه های درونی افراد برای رعایت عفاف و حجاب

ب) تقویت انگیزه های درونی افراد برای رعایت عفاف و حجاب

بررسی اجمالی فراز و فرودهای وضعیت حجاب در جامعه ایران از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون، دو واقعیت مهم را بر ما روشن می‌سازد:

نخست اینکه اگر زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی فراهم باشد، همه زنان مسلمان بر اساس فطرت پاک خود، فرهنگ عفاف و حجاب را بر فرهنگ برهنگی و بی‌بندوباری ترجیح می‌دهند، چنان که در آستانه پیروزی انقلاب اسلامی و سال‌های نخستین استقرار نظام اسلامی، شاهد گرایش گسترده و خودجوش بسیاری زنان و دختران بی‌حجاب به فرهنگ عفاف و حجاب بودیم.

دوم اینکه گسترش فرهنگ حجاب، بدون توجه به انگیزه‌های درونی و پایه‌های اعتقادی افراد و تنها با بهره‌گیری از اهرم زور و اجبار، امکان پذیر نیست و حتی اگر افراد به اقتضای شرایط و با اثرپذیری از عوامل اجبارکننده تن به حجاب دهند، این امر بقا و دوامی نخواهد داشت و با تغییر شرایط و برطرف شدن عوامل اجبارکننده، حجاب را کنار خواهند گذاشت.

از این رو، رسانه ملی باید اساس برنامه‌های آموزشی، تبلیغی و ترویجی خود در زمینه حجاب وعفاف را بر تقویت پایه‌های اعتقادی و انگیزه‌های درونی مخاطبان خود بگذارد.(۲)

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، گفتمان خانواده: بیانیه تحلیلی دفتر مطالعات و تحقیقات زنان به مناسبت روز زن.

۲- برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: «ملاحظات روان‌شناختی در موضوع حجاب»، گفت و گو با دکتر شکوه نوابی نژاد، در: ابراهیم شفیعی سروستانی (به کوشش)، حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۲۸۷-۳۰۲؛ محمدرضا زائری، حجاب بی حجاب، صص ۳۵-۵۱ و حسن بنیانیان، پوشش اسلامی: چالش‌ها و راه کارها با رویکردی به مهندسی فرهنگی، صص ۲۵۱-۲۶۰.

ج) نهادینه سازی عفاف و حجاب با فعالیت‌های فرهنگی

ج) نهادینه سازی عفاف و حجاب با فعالیت‌های فرهنگی

در سال‌های اخیر و با گسترش پدیده بدحجابی در جامعه ما این ذهنیت اشتباه در نظر برخی افراد شکل گرفته است که تنها راه‌حل اصلاح وضع موجود، گسترش فعالیت‌های انتظامی و امنیتی و حضور پررنگ‌تر نیروی انتظامی در جامعه برای مقابله با این پدیده ناهنجار اجتماعی است. در حالی که تجربه سال‌ها برخورد انتظامی و قضایی با پدیده بدحجابی نشان می‌دهد این نوع برخورد ممکن است در کوتاه‌مدت، قدری وضعیت حجاب را اصلاح کند، ولی در بلندمدت اثر چندانی بر این پدیده ندارد.

با توجه به نکات یادشده، رسانه ملی باید ضمن دفاع از اقتدار نیروی انتظامی و تأیید برخورد این نیرو با عوامل اصلی گسترش فحشا و بی بندوباری در جامعه، این تفکر را در مسئولان کشور ایجاد و تقویت کند که گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در کشور تنها با گسترش فعالیت‌های فرهنگی و نهادینه‌سازی باورها و ارزش های دینی در جامعه امکان‌پذیر است.(۱)

د) ایجاد هم‌گرایی و هم‌افزایی در سازمان‌ها و نهادهای مسئول

د) ایجاد هم‌گرایی و هم‌افزایی در سازمان‌ها و نهادهای مسئول

چنان که در پیش‌گفتار کتاب گفته شد، پدیده بدحجابی در ایران، پدیده‌ای پیچیده، چندوجهی و برخاسته از علل و عوامل گوناگون اجتماعی، فرهنگی، تربیتی، آموزشی، اخلاقی، سیاسی و اقتصادی است.(۲) ازاین رو، برای مقابله با آن

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: حجاب بی‌حجاب، صص ۱۳-۱۹ و پوشش اسلامی، چالش‌ها و راه کارها، صص ۹۹-۱۱۶.

۲- برای مطالعه بیشتر درباره زمینه‌ها و عوامل گسترش بدحجابی در ایران، نک: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۱۹۷- ۳۵۷.

نمی‌توان تنها به اقدام‌های ساده، سطحی و تک‌وجهی بسنده کرد و ضروری است که نهادها، سازمان‌ها و دستگاه‌های مختلف پژوهشی، آموزشی، فرهنگی، انتظامی و قضایی با هماهنگی و انسجام و طرح و برنامه‌ای دقیق و مشخص برای نهادینه سازی فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه اسلامی ایران بکوشند.

با توجه به مطالب یاد شده، ایجاد هم‌گرایی و هم‌افزایی بین سازمان ها و نهادهایی که هر یک وظیفه و مسئولیتی ویژه در زمینه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه دارند، امری ضروری است. در نگاه اول ممکن است چنین به نظر رسد که این نقش را باید یک سازمان یا نهاد اجرایی ایفا کند که بر دیگر سازمان‌ها و نهادهای اجرایی کشور اشراف دارد، ولی با قدری تأمل روشن می‌شود که هم‌گرایی و هم‌افزایی واقعی زمانی محقق می شود که رسانه ملی به عنوان نماینده افکار عمومی جامعه، از یک سو، خواسته‌ها و مطالبات رهبر معظم انقلاب اسلامی، مراجع عظام تقلید و مردم مسلمان و متعهد کشورمان از سازمان‌ها و نهادهای مسئول در زمینه اصلاح وضعیت عفاف و حجاب در کشور را مطرح کند و از سوی دیگر، عملکرد سازمان و نهادهای مسئول در این زمینه را نقد و بررسی و ارزیابی کند و با بهره‌گیری از دیدگاه‌های کارشناسی، راه‌حل‌های مناسب برای اصلاح عملکرد آنها ارائه دهد.

بنابراین، رسانه ملی باید در راهبردهای خود در زمینه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه، به موضوع ایجاد هم گرایی و هم

افزایی در سازمان‌ها و نهادهای مسئول در این زمینه، توجه ویژه کند.(۱)

ه) تقویت احساس مسئولیت والدین، مربیان و معلمان

ه) تقویت احساس مسئولیت والدین، مربیان و معلمان

پـدران و مـادران، آموزگاران و مربیان در نهادینه شـدن باورها، ارزش ها و هنجارهای پـذیرفته شـده یک جامعه، در کودکان بیشترین و اثرگذارترین نقش را دارند. اگر نهاد خانواده و آموزش و پرورش رسالت و مسئولیت خود را در این زمینه به خوبی انجام دهند، می توان امیدوار بود که نسل های بعدی چنان که شایسته است، به این باورها، ارزش ها و هنجارها پای بند باشند.

در موضوع فرهنـگ حجـاب و عفاف نیز این قاعـده کلی پابرجاست و بی‌تردیـد، اگر خانواده‌ها، معلمان و مربیان در این زمینه احساس مسئولیت مناسبی داشته باشند، این فرهنگ به خوبی به نسل‌های بعد منتقل خواهد شد.

بر این اسـاس، یکی از مهم‌ترین اقـدام‌هـای رسـانه ملی در زمینه گسترش و نهـادینه‌سـازی فرهنـگ عفاف و در جامعه، تقویت احساس مسئولیت دو رکن مهم تربیت؛ یعنی نهاد خانواده و نهاد آموزش و پرورش است.(۲)

و) افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در برابر پدیده بدحجابی

و) افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در برابر پدیده بدحجابی

یک ناهنجاری اجتماعی تا زمانی امکان اصـلاح دارد که عموم مردم به آن خو نگرفته‌اند و در برابر آن واکنش نشان می‌دهند. به بیان دیگر، وقتی عموم یا بیشتر مردم در برابر نقض یک هنجار و ارزش اجتماعی احساس مسئولیت

۱- برای مطـالعه بیشتر در این زمینه، نـک: پوشـش اسـلامی، چالش ها و راه کارها، صـص۲۴۴_۲۴۷ و ۲۶۲ _ ۲۶۴؛ حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص۴۸۳_۴۸۸.

۲- برای مطـالعه بیشـتر در ایـن زمینـه، نـک: همـان، صـص ۲۴۴_۲۴۷ و ۲۶۱_۲۶۲؛ حجـاب؛ مسـئولیت‌هـا و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۳۲۳ _ ۳۲۶ و صص ۴۹۳ – ۴۹۶.

نکردنـد، دیگر اقـدام‌هـای اصـلاحی، به ویژه اگر از جنس اقـدام‌هـای انتظـامی و قضـایی باشـد، هیـچ کارآیی نخواهـد داشت. بنـابراین، برای اصـلاح وضـعیت عفاف و حجاب در کشور بایـد در درجه نخست کاری کرد که بـدحجابی و بی‌بنـدوباری در پوشش و آرایش به یک هنجار اجتماعی که عموم مردم آن را پذیرفته و در برابر آن واکنش نشان نمی‌دهند، تبدیل نشود.

بر این اسـاس، یکی دیگر از راهبردهـای مهم رسـانه‌ای در زمینه گسـترش و نهـادینه‌سـازی فرهنـگ عفـاف و حجـاب، افزایش احساس مسـئولیت اجتماعی در برابر پدیده بدحجابی، بالا بردن سـطح نظارت عمومی در این زمینه و تقویت نقش سازمان‌های مردم نهاد در گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با پدیده بدحجابی است.(۱)

ز) احیای هویت اسلامی زنان و دختران

ز) احیای هویت اسلامی زنان و دختران

«برخی تحلیل گران فرهنگی بر این باورنـد که جامعه ما مسـخّر سه جریان مختلط فرهنگ ایرانی، اسـلامی و غربی است که در عرصه هـای مختلف بـا نسبت هـای ترکیبی متفـاوت حضور دارنـد و خودنمـایی می کننـد. در سـال های اولیه پس از پیروزی انقلاب، هر چنـد بعـد اسـلامی فرهنـگ، گسترش و چیرگی در خور توجهی یافت، ولی به مرور زمان و تحت تأثیر برخی رخ دادها، دو لایه به حاشیه رانده شده دوباره به صحنه آمدند و در قالب های دیگری بازتولید شدند. اولین نتیجه حاصل از زیستن در چنین فضـای مختلطی، هویت یـابی چنـدگانه و پی آمـدهای شخصـیتی ـ رفتـاری آن است. جوان ایرانی دچار نامتعادلی و نـاهم خوانی در آگـاهی های خود شـده و با ایجاد شـدن تزلزل در شخصـیت که ناشـی از آگاهی های ناکافی یا متضاد است، دچار بحران هویت می شود. برخی از نشانه های این بحران چنین است:

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۲۱۷، ۲۱۸ و ۴۹۸.

کاسته شدن تمایلات دینی و مذهبی در جوانان که بارزترین این امر، در کم‌توجهی آنها به مسائل شرعی در اجتماع، ... افزایش روی آوردن به موسیقی‌های غربی، زیاد شدن فاصله آنها نسبت به تعهدات اجتماعی و خانوادگی، گسترش خانواده‌های هسته‌ای، روی آوردن به مدل ها و آرایش های ظاهری غربی و... همه اینها ناشی از گسستگی هویتی جوانان با هویتی پایا و پویاست».(۱)

بر این اساس، احیای هویت اسلامی زنان و تلاش برای ارتقای شخصیت انسانی، حقوق فردی و جایگاه اجتماعی آنان در جامعه اسلامی ایران یکی از پیش‌نیازهای اساسی اصلاح وضعیت عفاف و حجاب در کشور به شمار می‌آید.

بی‌تردید، اگر زنان و دختران ایرانی باور کنند که در سایه احکام و قوانین اسلامی می‌توانند شخصیت انسانی، حقوق فردی و جایگاه اجتماعی شایسته خود را بازیابند و هویت از دست رفته‌شان را پیدا کنند، هرگز به بدحجابی، خودآرایی و خودنمایی روی نمی‌آورند.(۲)

با توجه به نکات یادشده، رسانه ملی باید احیای هویت اسلامی زنان با همه وجوه آن را یکی از راهبردهای اصلی خود در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب قرار دهد و از همه ظرفیت‌هایش برای تحقق آن بهره‌گیری کند.

ح) توجه دقیق به مرزهای زنانگی و مردانگی

۱- سیدحسین شرف‌الدین، «ریشه‌یابی جامعه‌شناختی بدحجابی» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۲۱۰و ۲۱۱.

۲- برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فریبا ابتهاج و طیبه اسدی، «به رسمیت شناختن هویت فردی و حقوق انسانی زن؛ راه‌کار گسترش حجاب» در: همان، صص ۵۴۴ _ ۵۷۷.

ح) توجه دقیق به مرزهای زنانگی و مردانگی

رواج انـدیشه‌های فمینیستی و تفکرهای برابری‌طلبانه در چند دهه اخیر، موجب از بین رفتن مرزهای زنانگی و مردانگی، تحول در هویت جنسی و تغییر گسترده نقش‌های جنسیتی در مغرب زمین شد. یکی از نویسندگان غربی در این زمینه می‌نویسد:

نیم قرن پیش، تعـداد معدودی از زنان، زمینه ایجاد انقلابی فرهنگی و فلسـفی را ایجاد کردند. آنها اعتقاد داشـتند که زنان باید خود را از یوغ ستم مردان رها سازند و برای رسیدن به این هدف، کتاب ها نوشتند، مقالاتی منتشر کردند، در کالج ها تدریس کردنـد، در خیابان ها تظاهرات کردنـد، کنگره تشـکیل دادنـد و بدین ترتیب، موفق شدند قلب و روح میلیون ها زن را تسـخیر کنند.

آنهـا برای آنچه مفهوم زن را دربرداشت، تعریفی جدیـد ارائه دادنـد و موجب تغییر دیـدگاه هـای موجود دربـاره اولویت ها و مسئولیت های زنان در زندگی شدند. مفاهیمی چون زهد، پاک دامنی، اطاعت، خویشتن داری و نجابت از واژه نامه‌ها حذف شـد و واژه هـایی چون انتخـاب، طلاـق، خیـانت و امتیازات یکسان برای هر دو جنس، جای آنها را گرفت. دختران و نوه های حاصل از آن نسل، هرگز شیوه تفکر دیگری را نشناخته اند.

یکی از مخرب‌ترین اهـداف و تـأثیرات این دیـدگاه «جدیـد» نسبت به زنـان، سـبک شـمردن ازدواج و مادری و بیرون آوردن جسمی و روحی زنان از خانه ها به سوی بازار کار بود.(۱)

ص:۲۵

۱- نانسـی لی دمـوس، دروغ هـایی کـه زنـان بـاور می کننـد و حقـایقی کـه آنهـا را آزاد می سـازد، ترجمه و تلخیص: پریسـا پورعلمداری، ص ۷۱؛ همچنین ر.ک: مانوئل کاستلز، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (قدرت هویت)، ترجمه: حسین چاووشیان، ج ۲، صص ۲۱۷ و ۲۱۸.

اندیشه‌های یادشده به تدریج در دیگر نقاط جهان و از جمله کشورهای شرقی نیز نفوذ کرد و با گسترش مدرنیته و توسعه صنعتی در این کشورها، مرزهای زنانگی و مردانگی نیز در بسیاری زمینه‌ها دگرگون شد. یکی از پیامدهای این دگرگونی، کم‌رنگ شدن فرهنگ حیا، عفاف، حجاب و غیرت بود.

با توجه به مطالب یادشده، رسانه ملی برای ترویج و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب، باید توجه دقیق به مرزهای زنانگی و مردانگی بر اساس آموزه‌های اسلامی را به عنوان یک راهبرد اساسی تلقی کند و در همه برنامه‌های صدا و سیما به نقش‌ها و جایگاه‌هایی که دین مبین اسلام برای هر یک از زن و مرد در نظر گرفته است، توجه کند.(۱)

۲. وظایف و مسئولیت‌های رسانه ملی

اشاره

ص:۲۶

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فریبا علاسوند، «رسانه و بحران نقش‌های جنسیتی در خانواده»، فصلنامه بازتاب اندیشه، دوره جدید، شماره اول، زمستان ۱۳۸۹؛ «میزگرد رسانه و الگوی خانواده مطلوب ایرانی، اسلامی»، فصلنامه تخصصی رسانه و خانواده، شماره اول، زمستان ۱۳۹۰.

۲. وظایف و مسئولیت‌های رسانه ملی

در سال‌های اخیر، طرح‌ها و برنامه‌های گوناگونی در زمینه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در ایران ارائه شده که مهم‌ترین آنها طرح‌ها و برنامه های تدوین و تصویب شده در شورای عالی انقلاب فرهنگی و دیگر شوراهای زیر مجموعه آن است.

«برای آنکه روش‌های اجرایی دستگاه‌های مختلف در اهتمام به تقویت عفاف و حجاب، منطقی و جامع و هماهنگ و تابع یک سلسله اصول مبانی باشد»، شورای یاد شده در بهمن ۱۳۷۶، «اصول و مبانی، روش‌های اجرایی گسترش فرهنگ عفاف» را در شانزده بند تصویب و به نهادها و سازمان مسئول ابلاغ کرد. همچنین این شورا در چارچوب اصول و مبانی یاد شده، «راهبردهای گسترش فرهنگ عفاف» را در ۴۷ بند در مرداد ۱۳۸۴ تدوین و تصویب کرد.

در بند ۴۷، «راهبردهای گسترش فرهنگ عفاف» پیش‌بینی شده بود که کمیته‌ای ویژه، «حداکثر ظرف مدت دو ماه، راه کارها، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی و نقش دستگاه‌های ذی ربط در این خصوص را تهیه و تصویب نموده و به اطلاع شورای عالی انقلاب فرهنگی برساند.» بر این

اساس، شورای فرهنگ عمومی، از شوراهای زیرمجموعه شورای عالی انقلاب فرهنگی، در دی ۱۳۸۴، «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ حجاب و عفاف» را به تصویب رساند.(۱)

در مصوبه یاد شده، نخست، «سیاست و راه کارها» در شانزده بند آمده و پس از آن، «وظایف تخصصی دستگاه‌های قانون‌گذار و اجرایی»، جداگانه بیان شده است. در حال حاضر، این مصوبه، مهم‌ترین سند ملی و فرابخشی در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب به شمار می‌آید(۲) و در آن، برای ۲۶ نهاد و سازمان علمی، آموزشی، فرهنگی، تبلیغی، اجرایی، قضایی و انتظامی، وظایف و مسئولیت‌های گوناگونی در این زمینه پیش‌بینی شده است.(۳) یکی از ۲۶ دستگاهی که در مصوبه یادشده، وظایف و مسئولیت های آن در جهت گسترش فرهنگ و عفاف بیان شده، «سازمان صدا و سیما» است.

در «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، در ۳۱ بند،

ص:۲۹

۱- برای مطالعه بیشتر در زمینه، طرح‌های یاد شده نک: بیتا ضیائی، «طرح‌های سامان‌دهی حجاب و عفاف در ایران»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۲، صص۴۳۲_۴۵۱؛ «طرح‌های سازمان‌دهی حجاب و عفاف، گفت‌وگو با بتول محتشمی، دبیر شورای فرهنگی _ اجتماعی زنان»، در: همان، ج۳، صص ۲۵۹_۲۶۷؛ «حجاب و مصوبه‌های اجرا نشده: گفت‌وگو با منیره نوبخت، رئیس شورای فرهنگی، اجتماعی زنان» در: همان، صص ۳۰۳ _ ۳۱۷ و «شورای فرهنگ عمومی و عزم ملی برای مهار بدحجابی: گفت‌وگو با منصوره واعظی، دبیر شورای فرهنگ عمومی» در: همان، صص ۳۱۹ _ ۳۳۴.

۲- این سخن به معنای کامل و بدون عیب بودن مصوبه یاد شده نیست. طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» مشکلات اجرایی و ساختاری متعددی دارد که باید مسئولان اجرایی و فرهنگی کشور، برای کارآمدتر شدن این طرح، در اسرع وقت برای برطرف کردن آنها اقدام کنند. برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: «نظام اسلامی و مسئله حجاب: گفت‌وگو با دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی»، در: مجله حوراء، شماره ۳۷، دی ۱۳۸۹؛ «ناتوانی در سیاست گذاری حوزه حجاب: گفت وگو با حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد» در: پایگاه تحلیلی تبیینی برهان: http:// www.Borhan.ir/ Nsite/ Full story/ News/ ?Id=۳۷۴۴. و «ساز ناکوک دستگاه ها در گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» در: پایگاه تحلیلی، خبری خانواده و زنان: http:// www.Mehrkhane.Com/ showcontent. Aspx? ContentId=۳۳۳۸.

۳- برای مطالعه بیشتر مصوبه یاد شده، نک: «متن کامل قانون راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ حجاب و عفاف» در: پایگاه اطلاع رسانی نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران: http://www.poloce.ir/ipootalg/Home/show.page, cspn?object-news۸ID.

وظایف و مسئولیت‌های گوناگونی برای سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی برشمرده شده است (۱) که در اینجا به طور مختصر به آنها اشاره می‌کنیم:

الف) آموزش احکام حجاب و روابط زن و مرد

الف) آموزش احکام حجاب و روابط زن و مرد

آشنا ساختن مخاطبان، به ویژه جوانان و نوجوانان با موضوع‌هایی چون حدود و چارچوب‌های شرعی حجاب، احکام فقهی روابط زن و مرد و ضوابط حاکم بر نگاه، رفتار و گفتار هر یک از آنها، یکی از آغازین گام ها برای ترویج فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه است. ازاین رو، در طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، به این موضوع مهم، توجه و در بندهای ۴، ۹ و ۲۶ این طرح، وظایف و تکالیف زیر در این زمینه برای رسانه ملی برشمرده شده است:

ـ تبیین و آموزش احکام شرعی حجاب و عفاف و رعایت حریم عفاف در خانه و اجتماع و آموزش معیارهای رفتار صحیح زن و مرد جهت برقراری روابط متعادل اجتماعی؛

ـ آموزش و ترویج احکام شرعی حجاب و پوشش بومی (منطقه ای) در جغرافیای جمهوری اسلامی ایران؛

ـ بیان آیات و روایات و توصیه های دینی در مورد مسئولیت مشترک زن و مرد در رعایت نگاه، رفتار و گفتار.

ب) تبیین فلسفه و چرایی عفاف و حجاب

۱- برای مطالعه وظایف و مسئولیت‌های سازمان صدا وسیما در طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، نک: همین کتاب، پیوست ۲.

ب) تبیین فلسفه و چرایی عفاف و حجاب

نسل جوان امروز احکام شرع را کمتر بر اساس تعبد محض می‌پذیرد و بیشتر در پی دانستن فلسفه و چرایی این احکام است. ازاین رو، رسانه ملی در ترویج و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب باید به این موضوع، توجه و فلسفه متعالی لزوم رعایت حجاب و عفاف در برابر جنس مخالف را برای آنان به خوبی تبیین کند.

در همین زمینه، در بندهای ۲، ۶ و ۳۰ مصوبه شورای فرهنگ عمومی، وظایف و مسئولیت‌های زیر متوجه رسانه ملی شده است:

ـ تبیین نقش حجاب و عفاف در افزایش سلامت جامعه و بهره‌وری آن از طریق تولید برنامه‌های مختلف؛

ـ انجام مناظره علمی، فرهنگی و هنری در باب فلسفه حجاب و عفاف به منظور استحکام بنیه اعتقادی و فرهنگی جوانان؛

ـ افزایش سطح آگاهی خانواده‌ها از طریق رسانه ملی در مورد اهمیت فرهنگی عفاف و حجاب.

ج) ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب

ج) ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب

ترویج و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه و تبدیل ساختن آن به فرهنگ عمومی قشرهای گوناگون جامعه، نیازمند اقدام های فرهنگی گسترده، متنوع و پی گیر است. در این زمینه، رسانه ملی نقشی بسیار مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر از دیگر نهادها و سازمان‌های فرهنگی دارد. ازاین رو، در طرح یاد شده، وظایف متعددی برای رسانه ملی بیان شده است که مهم‌ترین آنها را در بندهای ۱، ۳، ۱۹ و ۳۱ آن می‌توان دید. متن بندهای یادشده به شرح زیر است:

ـ اهتمام ویژه در خصوص معرفی و ترویج فرهنگ عفاف به منظور نهادینه سازی آن؛

ـ فرهنگ‌سازی در زمینه اصلاح پوشش نامناسب و ارائه راه‌حل‌های مؤثر و فوری از طریق تولید برنامه‌های کارشناسی، گفتمان، تولید فیلم، تیزرهای تلویزیونی و ...؛

ـ تهیه برنامه های متناسب با فرهنگ حجاب و عفاف برای کودکان و استفاده از قهرمان های عروسکی مطرح در کارتون ها و برنامه های کودک در ترویج فرهنگ عفاف و حجاب با همکاری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در پذیرش ساخت و تولید آثار؛

ـ سفارش ساخت و تولید آثار برجسته و اثرگذار در موضوع حجاب.

د) معرفی و ترویج الگوهای مناسب عفاف و حجاب

د) معرفی و ترویج الگوهای مناسب عفاف و حجاب

الگوسازی و معرفی نمونه‌های برجسته، یکی از راه‌های مؤثر برای ترویج و گسترش اخلاق و رفتارهای پسندیده در میان عموم مردم به ویژه نوجوانان و جوانان است. ازاین رو، در ترویج و گسترش فرهنگ حجاب و عفاف نیز باید به این موضوع، توجه و گروه‌های هدف را با برجسته سازی الگوهای مورد علاقه‌شان، به پذیرش فرهنگ عفاف و حجاب تشویق کرد. در همین زمینه، در بند ۵، ۶ و ۷ طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، وظایف زیر برای رسانه ملی برشمرده شده است:

ـ به تصویر کشیدن ابعاد شخصیت های الهی اسلام چون حضرت زهرا علیها السلام ، حضرت زینب علیها السلام و زنان نمونه از صدر اسلام تا دوران معاصر، در مناسبت های مذهبی و ملی و اثرگذاری آن در فرهنگ سازی و گسترش

ارزش های اسلامی به صورت جذاب؛

ـ ترویج الگوهای مناسب حجاب از طریق تولید فیلم و سریال و دیگر برنامه های تلویزیونی و برگزاری مناظره علمی و فرهنگی؛

ـ به تصویر کشیدن چهره بانوان محجبه کشورهای خارجی در زمینه های مختلف فرهنگی، هنری، اجتماعی و سیاسی از طریق برنامه های تلویزیون و تهیه فیلم از زندگی آنان.

ه) به تصویر کشیدن زنان موفق باحجاب

ه) به تصویر کشیدن زنان موفق باحجاب

از دیرباز، یکی از ترفندهای دشمنان برای از بین بردن فرهنگ عفاف و حجاب در جوامع اسلامی، ترسیم چهره‌ای نامطلوب از افراد محجبه و معرفی حجاب به عنوان عامل عقب‌ماندگی و فرودستی زنان بوده است. سرانجام با وقوع انقلاب اسلامی و حضور چشم‌گیر و نقش تعیین کننده زنان چادری در این انقلاب و همچنین موفقیت های بی شماری که زنان مسلمان و محجبه ایرانی، پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در عرصه های گوناگون به دست آوردند، این ترفند به شکست انجامید و ثابت شد که حجاب هرگز مانعی برای رشد و شکوفایی استعدادهای زنان مسلمان نیست.

با تأسف، در سال‌های اخیر، بار دیگر رسانه‌های وابسته به نظام سلطه، همین ترفند را در پیش گرفته اند و می کوشند نوجوانان و جوانان ایرانی را از فرهنگ عفاف و حجاب دور کنند. ازاین رو، لازم است در تبلیغ و ترویج این فرهنگ، شبهه‌هایی که دشمنان در اذهان نسل جوان ایجاد می‌کنند، شناسایی و سپس این نکته بیان شود که با رعایت عفاف و حجاب نیز می‌توان در همه زمینه‌های علمی، فرهنگی، هنری، ورزشی و ... به موفقیت دست یافت.

بـا توجه به همین نکته، «در راه کارهـای اجرایی گسترش فرهنـگ عفـاف و حجاب»، رسانه ملی موظف شـده است زنان موفق باحجاب را به تصویر بکشد. در بندهای ۱۰، ۱۴، ۱۵ و ۱۶ این مصوبه در این زمینه چنین آمده است:

ــ به تصویر کشـیدن زنان تحصـیل کرده، ممتاز، متعهد و باحجاب در فیلم ها و مجموعه های هنری و پرهیز از نشان دادن آنان در نقش ها و شخصیت های عامه و کم سواد؛

ــ معرفی نمونه هـای عینی از اسـتادان، مربیـان، نفرات اول کنکور، المپیـادی هـا و خـانواده هـای ایثـارگران و ... از نظر مظاهر عفاف و حجاب و ساده‌زیستی؛

ــ انعکاس موفقیت های جوانان ــ به ویژه دختران ــ در ابعاد مختلف با هدف احیا و تقویت شخصیت و منزلت اجتماعی آنها؛

ــ تهیه فیلم و گزارش از زنـدگی زنـان فعال در عرصه های خانوادگی، مـدیریتی، علمی، فرهنگی و هنری با محوریت موضوع «عفاف و پوشش».

و) نشان دادن آثار منفی رعایت نکردن عفاف و حجاب

و) نشان دادن آثار منفی رعایت نکردن عفاف و حجاب

رسانه‌های وابسـته به نظام سـلطه و روشن فکران غرب‌زده و منفعل، همواره برابری کامل حقوق زن و مرد؛ آزادی بی‌قیـد و بند زنان و دختران جوان و روابط آزادانه دو جنس مخالف در جوامع غربی را یکی از دسـتاوردهای مهم دموکراسی لیبرال معرفی و آن را بـه عنـوان الگـویی برای زنـان و دخـتران دیگر سـرزمین‌هـا مطرح می کننـد. در ایـن میـان، آنهـا هرگز بـه بحران‌هـای گوناگون فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی پدید آمده در این جوامع اشاره ای نداشـته اند؛ بحران‌هایی که امروز تمامیت فرهنگ و تمدن مغرب زمین را تهدید می‌کند.

با توجه به آنچه گفته شد، در تبلیغ و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب باید

به نشان دادن آثار و پی آمدهای بی بندوباری جنسی و رعایت نکردن عفاف و حجاب، به ویژه در جوامع غربی، توجه و این موضوع به بهترین شکل ممکن برای جوانان تبیین شود.

بر همین اساس، در بندهای ۱۱، ۱۲، ۲۳، ۲۴ و ۲۵، مصوبه شورای فرهنگی عمومی درباره «راه کارهای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، وظایف زیر را برای صدا و سیمای جمهوری اسلامی برشمرده است:

ـ نشان دادن وضعیت حقوقی، فرهنگی و اجتماعی زنان در غرب و مقایسه آن با وضعیت زنان در ایران، به منظور ایجاد احساس رضایت خاطر زنان ایرانی از فرهنگ دینی و پای بندی آگاهانه تر آنان به عفاف و حجاب؛

ـ نشان دادن آثار منفی فرهنگ مبتذل و غیراخلاقی غرب در زندگی اجتماعی و خانوادگی؛

ـ اطلاع رسانی مناسب و دقیق به خانواده ها در مورد علل آسیب های اجتماعی و انحراف ها در مورد زنان بی‌سرپرست، کودکان خیابانی، طلاق، اعتیاد، فرار دختران و نشان دادن نقش رعایت نکردن عفاف و حجاب در بروز این آسیب ها؛

ـ انعکاس پی آمدهای منفی استفاده از فیلم ها و نوارهای مبتذل و حضور در گروه های منحرف، بر زندگی فردی ـ اجتماعی از طریق برنامه های مناسب به صورت طبیعی و غیرعمدی؛

ـ نشان دادن آثار منفی اثرگذاری فرهنگ مبتذل و غیراخلاقی غرب در زندگی اجتماعی نوجوانان به صورت طبیعی.

ز) تبیین تاریخچه رواج فرهنگ برهنگی در غرب و ایران

ز) تبیین تاریخچه رواج فرهنگ برهنگی در غرب و ایران

فرهنگ برهنگی، فرهنگی نوظهور و از پی آمدهای مدرنیته است. تا دو سه قرن پیش در همه جوامع متمدن، زنان و مردان پوشش‌های مناسبی داشتند و اثری از برهنگی، به سبک امروز جوامع غربی، در این جوامع دیده نمی‌شد. در پی بروز پدیده رنسانس در جوامع غربی و رشد و گسترش مظاهر گوناگون این پدیده به ویژه سکولاریسم، لیبرالیسم و اومانیسم، رفته فرهنگ وقار و پوشیدگی به فراموشی سپرده شد و رقابت برای عرضه هرچه بیشتر جذابیت‌های جنسی، به فرهنگ غالب در این جوامع تبدیل شد.(۱) کشورهای غیرغربی هم به تدریج از این فرهنگ متأثر شدند و برای عقب نماندن از جوامع غربی، فرهنگ برهنگی را جای گزین فرهنگ عفاف و حجاب کردند.

آشنا ساختن جوانان با تاریخچه رواج فرهنگ برهنگی در غرب و ایران و تبیین این موضوع که گرایش فطری همه زنان و مردان در سراسر جهان تا پیش از رنسانس به سوی عفاف و پوشیدگی بوده است، می تواند زمینه‌ساز پذیرش هرچه بهتر آموزه‌های اسلامی در زمینه عفاف و حجاب باشد.

بر همین اساس، در بندهای ۸ و ۲۰ شرح وظایف صدا و سیما در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب، چنین آمده است:

ــ تهیه فیلم و ارائه تصویر روشن از تاریخچه و خاستگاه کشف حجاب در ایران، به عنوان یک حرکت سیاسی با هدف تخریب بنیان های فکری و عقیدتی و رفتاری زنان در جامعه؛

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: چگونگی کشف حجاب در ایران؛ مهدی صلاح، کشف حجاب: زمینه ها، پی آمدها و واکنش ها؛ مرتضی جعفری، واقعه کشف حجاب؛ رسول جعفریان، داستان حجاب در ایران پیش از انقلاب؛ غلامعلی حداد عادل، فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی.

ـ تهیه برنامه های مختلف در مورد تاریخچه و جایگاه پوشش و حجاب در غرب، تبیین علل و عوامل آن و چگونگی رواج فرهنگ برهنگی در سده های اخیر در آن جوامع.

ح) سیاست‌گذاری مناسب در زمینه رعایت عفاف و حجاب

ح) سیاست گذاری مناسب در زمینه رعایت عفاف و حجاب

رسانه ملی اثرگذاری فراوانی بر فرهنگ جامعه ما دارد و بسیاری از نوجوان و جوانان، الگوهای خود را از میان هنرپیشگان و بازیگران فیلم ها و سریال‌های تلویزیونی برمی گزینند. ازاین رو، رسانه ملی باید پیش تاز رعایت فرهنگ عفاف و حجاب باشد و مدیران رسانه با سیاست گذاری و نظارت مناسب، از رعایت کامل این فرهنگ در همه مراحل تولید و پخش برنامه‌ها مطمئن شوند.

در همین زمینه در بندهای ۲۱، ۲۲ و ۲۷ مصوبه یاد شده چنین می خوانیم:

ـ نظارت مستمر بر تبلیغات تجاری به منظور جلوگیری از ایجاد روحیه مصرف گرایی و تجمل‌پرستی، به عنوان عوامل ترویج بی‌مبالاتی اخلاقی و سوق دادن آن به سوی تبلیغات و آگهی های فرهنگی و اخلاقی؛

ـ تدوین سیاست های روشن و مشخص در مورد سبک لباس و آرایش هنرمندان، مجریان زن و مرد و ... در برنامه ها، فیلم های سینمایی، تئاتر و ... با محوریت عفاف و حجاب؛

ـ اتخاذ سیاست های انضباطی در مورد بازیگران زن صدا و سیما و جلوگیری از تجلیل و تبلیغ چهره هایی که در مناظر اجتماعی و عمومی با ظاهر و پوشش بد حضور پیدا می کنند.

ط) نظارت بر فرآیند تأمین و پخش فیلم‌ها و سریال‌های خارجی

ط) نظارت بر فرآیند تأمین و پخش فیلم‌ها و سریال‌های خارجی

فیلم‌ها و سریال‌های خارجی، گذرگاه مناسبی برای ورود خواسته یا ناخواسته

فرهنگ و اخلاق مبتذل غربی به جامعه اسلامی ایران و زمینه ساز تغییر فرهنگ متعالی عفاف و حجاب در این جامعه هستند. ازاین رو، باید با کاستن از حجم پخش این گونه فیلم‌ها و سریال‌ها و به کار بستن نظارت بیشتر بر تأمین و پخش آنها تا حد ممکن از آثار مخرب آن جلوگیری کرد.

بر اساس بندهای ۱۳ و ۱۸ «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، مهم‌ترین وظایف رسانه ملی در این زمینه به شرح زیر است:

ـ انجام تمهیدات لازم برای کاهش آثار منفی سریال ها و فیلم های خارجی متضاد با فرهنگ اسلامی از طریق نقد و بررسی فیلم ها و سریال ها؛

ـ بازنگری در شرایط انتخاب فیلم ها و سریال های خارجی بر اساس ملاک های حجاب و عفاف.

ی) تشویق عوامل مؤثر در رشد و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب

ی) تشویق عوامل مؤثر در رشد و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب

یکی از راه‌های مناسب فرهنگ‌سازی در زمینه عفاف و حجاب و گسترش این فرهنگ در جامعه، تشویق کسانی است که از راه تولید آثار هنری و فیلم ها و سریال‌های جذاب به رشد، گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه کمک می کنند. رسانه ملی از این طریق می‌تواند موج امید و نشاط را در ترویج دهندگان این فرهنگ، ایجاد و از دل سردی و ناامیدی آنها جلوگیری کند.

در بندهای ۲۸ و ۲۹ مصوبه یاد شده، در این زمینه چنین آمده است:

ـ ترغیب و تشویق تولید کنندگان آثار فرهنگی که راه کارهای بدیع و جذاب در راستای تعمیق و توسعه فرهنگ عفاف ارائه نمایند؛

ـ تجلیل از هنرمندان و فرهنگ‌سازان متعهد که در اشاعه فرهنگ عفاف و

حجاب، صاحب اثر و نظر هستند.

ک) فرهنگ‌سازی برای ازدواج آسان جوانان

ک) فرهنگ‌سازی برای ازدواج آسان جوانان

بی‌تردید، یکی از شرایط تحقق کامل فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه، ایجاد زمینه برای ازدواج آسان جوانان است؛ زیرا در صورت فراهم بودن زمینه برای ازدواج آسان، بسیاری از انگیزه‌ها برای رو آوردن برخی دختران جوان به تبرّج، خودآرایی و خودنمایی جنسی از بین می‌رود و به طور طبیعی، موارد بدحجابی و بی‌عفتی به شدت کاهش می‌یابد.

با توجه به این موضوع، در بند ۱۷ «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، فرهنگ‌سازی برای ازدواج آسان یکی از وظایف رسانه ملی به منظور گسترش فرهنگ عفاف و حجاب برشمرده شده است. در این بند چنین می خوانیم:

ـ آشنا کردن خانواده ها و جوانان نسبت به برگزاری ازدواج کم هزینه و ساده با توجه به شرایط اقتصادی جامعه.

ل) زمینه‌سازی برای اجرای کامل طرح

ل) زمینه‌سازی برای اجرای کامل طرح

افزون بر موارد یاد شده، رسانه ملی وظیفه و مسئولیت مهم دیگری نیز در زمینه تحقق طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» بر عهده دارد و آن، زمینه‌سازی فرهنگی برای اجرای کامل این طرح است. رسانه ملی در این زمینه چند رسالت مهم دارد:

نخست ـ تبدیل اهداف مورد نظر طرح یاد شده به دغدغه عمومی مردم و مسئولان نظام و ایجاد موجی فراگیر برای پی گیری تحقق کامل همه مفاد آن؛

دو ــ پی گیری رسانه‌ای مراحل گوناگون اجرای این طرح و مطالبه از نهادها و سازمان‌های مسئول برای ارائه گزارش به مردم، در زمینه اقدام هایی که برای تحقق وظایف و مسئولیت‌هایشان در این طرح انجام داده اند.

۳. بایسته های تحقق وظایف و مسئولیت های رسانه ملی

اشاره

ص:۴۰

۳. بایسته های تحقق وظایف و مسئولیت های رسانه ملی

بی‌تردید، طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، بستر مناسبی برای جهت‌دهی به انسجام فعالیت‌های رسانه ملی در زمینه گسترش این فرهنگ و نهادینه سازی آن در جامعه ماست، ولی تحقق راه کارهای پیش‌بینی شده در این طرح، نیازمند بایسته‌هایی است که در اینجا به برخی از آنها اشاره می کنیم.

الف) عزم جدّی مدیران رسانه ملی برای تحقق این وظایف

الف) عزم جدّی مدیران رسانه ملی برای تحقق این وظایف

وظایف و مسئولیت‌هایی که در طرح «راه کارهای اجرای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» برای رسانه ملی پیش‌بینی شده اند، تنها در صورتی تحقق عینی و عملی می‌یابند که مدیران رسانه ملی آنها را باور داشته و به ضرورت انجام پذیرفتن آنها رسیده باشند، وگرنه دغدغه‌ها، دل‌نگرانی‌ها و کارهای گوناگونشان هیچ گاه به آنها اجازه نمی دهد در مورد وظایف و مسئولیت‌های گسترده‌ای که نهادی بیرون از حوزه صدا و سیما برای آنها مشخص کرده است، بیندیشند تا چه رسد به اینکه برای عملی ساختن آنها چاره ای بیندیشند.

ب) وارد کردن این وظایف و مسئولیت ها در برنامه های سالانه

ص:۴۲

ب) وارد کردن این وظایف و مسئولیت ها در برنامه های سالانه

رسانه ملی به طور ذاتی وظایف و مسئولیت‌های گوناگونی دارد و هر سال نیز به اقتضای شرایط زمان، وظایف و مسئولیت‌های جدیدی بر آن افزوده می‌شود. در چنین شرایطی از هیچ مدیر ارشد یا میانی صدا و سیما نمی‌توان انتظار داشت که وظایف و مسئولیت‌های مستقیم و ذاتی خود را رها و به وظایف و مسئولیت‌هایی عمل کند که در طرح یادشده برای صدا و سیما مشخص شده است. ازاین رو، لازم است که رئیس سازمان صدا و سیما، مصوبه شورای فرهنگ عمومی در زمینه «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» را به طور رسمی به همه معاونان خود ابلاغ کند و تحقق مفاد آن را بر اساس برنامه مشخص از آنها بخواهد. بدون تردید، در این صورت، معاونت های برنامه‌ریزی و نظارت و اداری ـ مالی سازمان نیز باید بودجه لازم را برای تحقق مفاد این طرح پیش‌بینی کنند.

ج) طراحی برنامه زمان‌بندی برای تحقق کامل این وظایف

ج) طراحی برنامه زمان‌بندی برای تحقق کامل این وظایف

وظایف و مسئولیت‌های رسانه ملی در طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» بسیار متنوع و گسترده است و هرگز در کوتاه مدت به طور کامل تحقق نمی یابد. ازاین رو، لازم است که معاونت برنامه ریزی و نظارت سازمان صدا و سیما، برنامه زمان بندی شده ای را برای تحقق دوازده وظیفه و مسئولیت مهم رسانه ملی که در فصل پیشین به آنها اشاره شد، ارائه دهد و نقش هریک از بخش

ص:۴۳

های سازمان را در این برنامه مشخص کند.(۱)

د) تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه‌ها

د) تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه‌ها

در حال حاضر، واحدهای متعددی از سازمان صدا و سیما، مسئولیت ارزیابی و نظارت برنامه‌های رسانه ملی را از مرحله تدوین طرح تا پخش برعهده دارند و بی‌تردید، وجود آنها نقش مؤثری در رعایت سیاست‌ها و ضوابط مصوب سازمان در تولید، تأمین و پخش برنامه‌ها داشته است. با وجود این، به نظر می‌رسد به دلیل برخی نقص‌ها و اشکال‌های ساختاری یا فرایندی، سیاست‌ها و ضوابط مصوب، در مواردی چنان که باید و شاید، در برنامه‌ها رعایت نمی‌شود. از این رو، برای اطمینان از تحقق کامل وظایف و مسئولیت‌های رسانه ملی در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب، باید در گام نخست، نقص‌ها و اشکال‌های موجود در حوزه ارزیابی و نظارت برنامه‌ها شناسایی و برای رفع آنها اقدام شود.

ه_) پیش‌بینی ضمانت اجراهای لازم

ه_) پیش‌بینی ضمانت اجراهای لازم

بی‌تردید، هر طرح، برنامه و مصوبه‌ای که ضمانت اجراهای لازم برای آن پیش‌بینی نشده باشد، به مرحله اجرا و تحقق نخواهد نرسید، حتی اگر بسیار خوب، دقیق و کارشناسی شده طراحی و تدوین شده باشد. طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» نیز از این قاعده کلی مستثنا نیست و تا زمانی که هر سازمان و نهاد مسئولی برای تحقق وظایف و مسئولیت هایی که در طرح یاد شده برای آن مقرر شده است، در درون خود ضمانت اجراهای لازم پیش‌بینی نکند، نمی توان امیدوار بود که این وظایف و مسئولیت‌ها در عمل محقق شود. از این رو،

۱- برای مطالعه بیشتر درباره وظایف و مسئولیت‌های رسانه ملی در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و بایسته‌های موجود در این زمینه نک: فریده پیشوایی و دیگران، «رسانه ملی و بایسته‌های ترویج حجاب و عفاف» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۲، صص ۴۰۷ _ ۴۳۳.

سازمان صدا و سیما برای تحقق وظایف و مسئولیت هایی که در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب برعهده دارد، باید ضمانت اجراهای لازم را پیش‌بینی کند.

وارد کردن این وظایف و مسئولیت‌ها در برنامه‌های سالانه رسانه ملی، طراحی برنامه زمان‌بندی برای تحقق کامل این وظایف و مسئولیت ها و همچنین تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه‌ها که پیش از این به آنها اشاره شد، بخشی از این ضمانت اجراها به شمار می‌آید. افزون بر اینها کارهای دیگری نیز باید انجام شود که از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد:

ـ اولویت قائل شدن برای تصویب طرح‌ها و فیلم‌نامه‌هایی که با موضوع گسترش یا نهادینه کردن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه نگارش یافته‌اند؛

- بالابردن میانگین نرخ طرح‌ها، فیلم‌نامه‌ها و برنامه‌های تولیدی که در آنها به فرهنگ عفاف و حجاب توجه شده است؛

- انجام اقدام‌های تشویقی و تنبیهی با بهره گیری از اهرم شوراهای برآورد و ارزیابی و با توجه به میزان رعایت ضوابط و چارچوب‌های عفاف و حجاب در برنامه‌های تولیدی.

و) بازنگری در سیاست برون سپاری تولید برنامه های سیما

و) بازنگری در سیاست برون سپاری تولید برنامه های سیما

در سال‌های اخیر به دلیل گسترش کمّی بی‌سابقه شبکه‌های ملی و استانی و افزایش نیاز گروه‌های برنامه‌ساز به تولید فیلم و سریال، رفته رفته فرایند تولید برنامه‌های نمایشی که پیش از آن، با بهره گیری از تهیه کنندگان رسمی سازمان و با نظارت بیشتر مدیران شبکه‌ها و گروه های برنامه‌ساز انجام می‌شد، دستخوش تغییر گردید و با اجرای سیاست برون سپاری تولید برنامه های سیما، از نقش نظارتی مدیران سازمان کاسته و بر نقش تهیه‌کنندگان در روند تولید

ص:۴۵

برنـامه‌هـای نمایشـی افزوده شـد. تهیه کننـدگانی که به طور رسـمی در خـدمت سازمـان نبودنـد و الزام کمتری درباره رعایت ضوابط و چارچوب‌های مصوب سازمان احساس می کردند.(۱)

بی‌تردید، تا زمانی که مدیران شبکه‌ها و گروه‌های برنامه‌ساز به دلیل آنچه از آن به عنوان «تب آنتن» یاد می‌شود، به سرپیچی از برخی سیاست ها و ضوابط حاکم بر رونـد تولیـد، تأمین و پخش برنامه‌ها و تن دادن به سلیقه ها و ارزش‌های پـذیرفته شده تهیه‌کننـدگان و کارگردانـان برنامه‌های نمایشـی، مجبور می شونـد، نمی‌توان انتظار داشت که سازمان صـدا و سـیما وظایف و مسئولیت‌های خود را در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه و نهادینه کردن آن، به طور شایسته انجام دهد.

ز) بهره‌گیری از نیروی انسانی متعهد و ارزشی در همه سطوح

ز) بهره‌گیری از نیروی انسانی متعهد و ارزشی در همه سطوح

رسـانه ملی آن گـاه می‌توانـد در سـطح جـامعه مروج و مبلغ آموزه‌هـای اعتقـادی، اخلاقی و فقهی دین مـبین اسـلام باشـد که دسـت‌انـدرکاران آن در همـه سـطوح، اعـم از مـدیران ارشـد، مـدیران میـانی، مـدیران گروه‌هـای برنـامه‌سـاز، تهیـه‌کننـدگان، کارگردانـان، فیلم‌نـامه‌نویسـان، بـازیگران و مجریـان از جـان و دل این آموزه‌هـا را پـذیرفته و بـا آنهـا آشـنا باشـند. در غیر این صورت، دین و دین داری در برنامه‌های صـدا و سـیما در حـد صورت و ظاهر خواهـد مانـد و به درون و ژرفای برنامه‌ها راهی نخواهـد یافت. روشن است که در این شـرایط، رسانه ملی نخواهد توانست هدف کلان خود در زمینه «تعمیق و ارتقای معرفت و ایمان

ص:۴۶

۱- برای مطـالعه بیشتر در این زمینه، نـک: علی اکبر فرهنگی و نـازنین فراهـانی، «آسـیب هـای برون سـپاری پروژه هـای برنامه سازی در سیما»، نشریه علمی ــ ترویجی افق رسانه، شماره ۹۳، بهار ۱۳۹۱.

روشن‌بینانه، اخلاق فاضـله و رفتار دینی خالصانه آحاد جامعه و حفظ و اعتلای فرهنگ و هویت ایرانی ــ اسلامی»(۱) را تحقق بخشد.

در موضوع گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب نیز رسانه ملی زمانی می‌تواند به وظایف و مسئولیت‌های خود به خوبی عمل کند که همه عوامل انسانی مؤثر در تولید و پخش برنامه‌های رسانه، این فرهنگ را در زندگی فردی خود به عنوان یک حکم اسـلامی پـذیرفته و به آن پای‌بنـد باشـند. نه اینکه عفاف و حجاب را صـرفاً به دلیل برخی الزام‌های سازمانی و برای ظاهرسازی حـدود و چارچوب‌های شـرعی رعایت کننـد و در خارج سازمان و در زنـدگی فردی و اجتماعی خود هیـچ باور و التزامی به این حدود و چارچوب‌ها نداشته باشند.

ح) پی گیری جدی اجرای سیاست ها و ضوابط حاکم بر برنامه ها

ح) پی گیری جدی اجرای سیاست ها و ضوابط حاکم بر برنامه ها

مرکز طرح و برنامه‌ریزی سازمان صدا و سـیما از سال ۱۳۸۳، مجموعه ای با عنوان «اهداف، محورها، اولویت‌ها و سـیاست‌های تولید، تأمین و پخش» تهیه و تدوین کرد که در آن به تفصیل به موضوع‌های زیر پرداخته شده بود:

ــ اهداف کلان؛

ــ راهبردهای برنامه‌سازی؛

ــ اهداف، محورها و اولویت‌های برنامه‌سازی گروه‌ها و واحدهای برنامه‌ساز؛

ــ سیاست‌های برنامه‌سازی.

در سال‌های بعد نیز این مجموعه بازنگری و در آغاز هر سال در اختیار

۱- نک: بیانیه مأموریت سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.

مـدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی قرار گرفت. مجموعه یادشده آخرین بار در سال ۱۳۸۶ با عنوان «سیاست ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش سازمان صدا و سیما» و با سرفصل های زیر منتشر شد:

ـ سیاست ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش تمام برنامه ها؛

ـ سیاست ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش گروه های برنامه ساز؛

ـ سیاست ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش شبکه ها و حوزه های برنامه سازی؛

ـ سایر سیاست‌ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش.

در این مجموعه، سیاست‌ها و ضوابط رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب و روابط زن و مرد متناسب با گروه‌های مختلف برنامه‌ساز به تفصیل بیان شده است.(۱)

شایـد مجموعه یادشـده نقص‌ها و اشـکال‌هایی داشـته باشـد، ولی در صورت وجود ضـمانت اجراهای لازم و پی گیری جدی‌تر مـدیران سازمان برای عملیاتی شدن آن می‌تواند برنامه‌های صدا و سـیما را از بسـیاری آسـیب‌ها و مشـکل‌ها از جمله در حوزه عفاف و حجاب و روابط زن و مرد در امان دارد. از این رو، شایسـته است که با بازنگری «سـیاست‌ها و ضوابط تولیـد، تأمین و پخش سازمان صدا و سیما» و برطرف کردن نواقص آن، اجرای کامل این سیاست‌ها و ضوابط برای همه مدیران و برنامه‌سازان صدا و سیما، الزامی شود.

ط) توجه به نفوذ دشمن در فضای رسانه‌ای کشور

۱- برای مطالعه سیاست‌ها و ضوابط رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب و روابط زن و مرد نک: همین کتاب، پیوست ۱.

ط) توجه به نفوذ دشمن در فضای رسانه‌ای کشور

در سال های اخیر فضای رسانه‌ای کشور به شدت دست خوش تغییر و دگرگونی شده است. با نفوذ گسترده شبکه‌های ماهواره ای بیگانه در فضای رسانه ای جمهوری اسلامی، رسانه ملی از حالت یگانه رسانه فرهنگ ساز که پیام هایش بی هیچ مانعی بر ذهن و دل مخاطبان می نشست، خارج شده و در رقابتی سخت با رسانه‌های بیگانه قرار گرفته است. در چنین شرایطی روشن است که رسانه ملی نمی تواند در فرایند مدیریت پیام از نفوذ دشمن در فضای رسانه ای کشور و اثرگذاری اش بر بخش قابل توجهی از مردم غافل باشد، ولی متأسفانه به نظر می رسد که برخی برنامه‌ریزی‌های فرهنگی از جمله برنامه ریزی برای اصلاح وضعیت عفاف و حجاب در کشور از هجوم رسانه ای گسترده دشمن به فرهنگ عفاف و حجاب و برنامه‌ریزی دقیق و حساب شده اش برای تضعیف این فرهنگ غفلت می‌شود.

مقام معظم رهبری در یکی از سخنان خود در این باره می‌فرماید:

غفلت از روحیه جهادی و ایثار، غفلت از تهاجم فرهنگی دشمن، غفلت از در کمین بودن دشمن، غفلت از نفوذ دشمن در فضای رسانه ای کشور، ... اینها گناهان ماست. اینها نقاط ضعف ماست.(۱)

گفتنی است در حال حاضر، رسانه‌های وابسته به نظام سلطه مقابله با فرهنگ عفاف و حجاب را از دو راه دنبال می کنند؛ یکی، ترویج فرهنگ برهنگی و ولنگاری در رابطه با جنس مخالف با پخش برنامه‌های نمایشی غیراخلاقی و مبتذل و دیگری، القای شبهه و تردید درباره فرهنگ اسلامی

۱- سخنان رهبر معظم انقلاب در دیدار با مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران، ۱۶/۵/۱۳۹۰؛ در: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای: http://farsi.Khamenei.ir/speech-content?id=۱۶۸۸۹..

حجاب و عفاف در قالب خبرها، تحلیل‌ها و مستندهای جهت‌دار. شبکه‌های ویژه پخش فیلم و سریال مانند «فارسی وان»(۱) و «من و تو ۱»،(۲) راه نخست و شبکه‌های خبری ـ تحلیلی مانند «بی. بی. سی فارسی»(۳) و «صدای امریکا ـ فارسی»،(۴) راه دوم را دنبال می کنند.(۵)

با توجه به مطالب یاد شده، لازم است که هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌سازی در زمینه گسترش فرهنگ و عفاف در جامعه با توجه به برنامه‌ها و اهداف رسانه‌های بیگانه و در جهت خنثاسازی اقدام‌های مخرب آنها انجام شود.

۴. اولویت‌های برنامه‌سازی

اشاره

ص:۵۰

۱- Farsi ۱.

۲- Manoto.

۳- BBC Persian.

۴- VOA Persian.

۵- برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: زن؛ نظام سلطه و رسانه‌ها، صص ۱۳۳- ۱۴۴.

۴. اولویت‌های برنامه‌سازی

با توجه به وظایف و مسئولیت‌های گوناگونی که در طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» برای رسانه ملی پیش‌بینی شده است، صدا و سیمای جمهوری باید برنامه‌های متنوع فراوانی تولید و پخش کند تا این وظایف و مسئولیت‌ها چنان که شایسته است، تحقق یابد.

در یک نگاه کلی، برنامه‌هایی را که رسانه ملی برای نهادینه شدن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه باید تولید کند، به چند دسته می‌توان تقسیم کرد:

الف) برنامه‌های مستند، ترکیبی و گفت‌وگو محور

اشاره

الف) برنامه‌های مستند، ترکیبی و گفت‌وگو محور

این گروه از برنامه‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند: نخست، برنامه هایی که با رویکرد مستقیم به این موضوع می‌پردازند و دوم، برنامه‌هایی که به موضوع یاد شده رویکردی غیرمستقیم دارند. در این مجال هر یک از این دو دسته را به شکل کوتاه، بررسی و برای هر یک نمونه‌هایی بیان می‌کنیم:

یک _ برنامه‌های با رویکرد مستقیم

یک _ برنامه‌های با رویکرد مستقیم

هدف از تولید و پخش این گونه برنامه‌ها، آشنا ساختن مخاطبان با جایگاه فرهنگ عفاف و حجاب در آموزه‌های اسلامی و مبانی و مستندات قرآنی و روایی آن، بررسی مباحث تاریخی، جامعه شناختی، روان‌شناختی، سیاسی و فرهنگی مرتبط با عفاف و حجاب و پاسخ گویی به پرسش‌ها و ابهام‌های

ص:۵۲

موجود در این زمینه‌هاست.

مهم‌ترین موضوع‌هایی که می‌تواند دست مایه تولید این برنامه‌ها باشند، به شرح زیر است:

ــ عفاف و حجاب در قرآن و روایات؛

ــ حدود و چارچوب‌های شرعی عفاف و حجاب؛

ــ فلسفه و چرایی عفاف و حجاب؛

ــ آثار و پی آمدهای فردی، خانوادگی و اجتماعی رعایت عفاف و حجاب؛

ــ آثار و پی آمدهای گسترش بدحجابی در جامعه؛

ــ دلایل و زمینه‌های روان‌شناختی، جامعه شناختی و فرهنگی بدحجابی؛

ــ زمینه‌ها و عوامل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی کشف حجاب در ایران؛

ــ بررسی وضعیت حجاب در ایران پس از انقلاب اسلامی؛

ــ وظایف و مسئولیت‌های نظام اسلامی در زمینه گسترش حجاب و مقابله با بدحجابی؛

ــ بررسی نقش و مسئولیت خانواده‌ها در زمینه نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب؛

ــ آسیب‌شناسی عملکرد خانواده‌ها در زمینه موضوع عفاف و حجاب؛

ــ آسیب‌شناسی عملکرد نهادها و سازمان‌های دولتی و عمومی در زمینه عفاف و حجاب؛

ــ راه کارهای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه؛

ــ نقد و بررسی رویکرد رسانه‌های غربی در زمینه موضوع عفاف و حجاب زنان مسلمان؛

ــ معرفی الگوهای برتر در زمینه عفاف و حجاب؛

ـ بررسی پدیده بازگشت زنان غربی به فرهنگ عفاف و خویشتنداری جنسی؛

ـ بررسی پدیده گرایش روزافزون زنان اروپایی به اسلام و ارزش های اسلامی؛

ـ آشنایی با کتاب‌ها و آثار ارزشمند در حوزه فرهنگ عفاف و حجاب؛

ـ آشنایی با مؤسسه‌ها، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و افراد فعال در حوزه فرهنگ عفاف و حجاب؛

ـ بررسی وضعیت حجاب در دیگر کشورهای اسلامی به همراه تحلیل زمینه‌ها و بسترهای فرهنگی ـ اجتماعی شکل گیری نوع خاص پوشش در این کشورها؛

ـ بررسی نقش و اثر صنعت فیلم‌سازی غرب در گسترش فرهنگ برهنگی در جهان؛

ـ بررسی نقش و جایگاه صهیونیسم در دامن زدن به فساد، تباهی و بی‌بندوباری در جهان؛

ـ بررسی چرایی و چگونگی رواج فرهنگ برهنگی در مغرب‌زمین پس از رنسانس و انقلاب صنعتی؛

ـ بررسی نقش صنعت مد، زیبایی و تبلیغات در فرو کاستن از جایگاه انسانی زنان و تبدیل آنان به کالاهای جنسی.

دو ـ برنامه‌های با رویکرد غیرمستقیم

دو ـ برنامه‌های با رویکرد غیرمستقیم

در برنامه هایی که با رویکرد غیرمستقیم به موضوع عفاف و حجاب تولید و پخش می شوند، هدف اصلی، زمینه‌سازی برای پذیرش فرهنگ عفاف و حجاب از راه تقویت مبانی فکری و اعتقادی و ارتقای شناخت فرهنگی و

اجتماعی مخاطبان است. مهم‌ترین موضوع‌هایی که مناسب است در این زمینه به آنها پرداخته شود، به این شرح است:

ــ مبانی نقلی و عقلی تقلید در احکام شرعی؛

ــ جایگاه تعبد و تعبدورزی در آموزه‌های اسلامی؛

ــ تأثیر اعتقاد به معاد در زندگی روزمره انسان‌ها؛

ــ حقوق فردی و شخصیت اجتماعی زن مسلمان؛

ــ نقد و بررسی جایگاه زن و خانواده در مغرب زمین؛

ــ راه کارهای تقویت خویشتنداری در نوجوانان و جوانان.

در صورت بهره‌گیری مناسب و دقیق برنامه‌سازان از ساختارهای برنامه‌سازی چون مستند، ترکیبی، گفت‌وگو، میزگرد کارشناسی و پرسش و پاسخ می‌توان موضوع‌های یاد شده را به بهترین شکل ممکن برای مخاطبان رسانه ملی، به ویژه جوانان ارائه داد.

ب) برنامه‌های نمایشی

اشاره

ب) برنامه‌های نمایشی

بی‌تردید، یکی از اثرگذارترین قالب‌های برنامه‌سازی برای انتقال و نهادینه کردن هنجارها و ارزش‌های اجتماعی، قالب فیلم، سریال و برنامه‌های نمایشی است. به همین دلیل، رسانه ملی باید از این قالب برای گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه، به خوبی استفاده کند. برخی موضوع‌هایی که می‌تواند دست مایه کارهای نمایشی در این زمینه باشد، به شرح زیر است:

ــ عفاف و حجاب به عنوان عاملی برای در امان ماندن از آسیب‌ها و ناهنجاری‌های اجتماعی؛

ــ داستان زندگی دختران و زنانی که با شناخت و مطالعه به فرهنگ عفاف

و حجاب روی آورده‌اند؛

ـ آثار و پی آمدهای بی‌توجهی یا کم‌توجهی به ضوابط و چارچوب های شرعی عفاف و حجاب؛

ـ زندگی افرادی که با حفظ عفاف و حجاب به جایگاه‌های مناسب علمی، آموزشی، پژوهشی، فرهنگی، هنری، تولیدی و صنعتی دست یافته‌اند.

ناگفته نماند که استفاده از قالب فیلم و سریال برای تبلیغ، ترویج و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب مستلزم توجه به نکاتی است که در فصل آینده به برخی از آنها اشاره خواهیم کرد.

ج) نماآهنگ‌ها و میان‌برنامه‌ها

ج) نماآهنگ‌ها و میان‌برنامه‌ها

تجربه چندساله اخیر رسانه ملی در زمینه تولید نماآهنگ‌ها، تیزرها و میان‌برنامه‌های انیمیشن (پویانمایی) و رئال (واقعی) در زمینه فرهنگ سازی یا اصلاح فرهنگ در موضوع‌های گوناگونی چون صرفه جویی در مصرف حامل‌های انرژی، سوءمصرف مواد مخدر، استفاده بی رویه بعضی داروها، فرهنگ ترافیکی و استفاده از کمربند ایمنی نشان داده است که این قالب‌های برنامه‌سازی به ویژه اگر جذاب و باکیفیت ساخته شده باشند، در اصلاح ناهنجاری‌های اجتماعی و ترویج فرهنگ صحیح در حوزه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی بسیار مؤثر هستند. از این رو، شایسته است در تبلیغ و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب و نهادینه کردن آن نیز از این قالب‌های جذاب و اثرگذار استفاده شود.

برخی موضوع‌هایی که با استفاده از قالب های یادشده می‌توان به آنها پرداخت، عبارتند از:

ـ لطافت‌ها و زیبایی‌های حجاب با بیانی شاعرانه؛

ـ سیر تحول دخترانی که در پی یک رویداد، حجاب برتر را برمی گزینند؛

ـ آثار نامناسب بی‌توجهی به فرهنگ عفاف و حجاب.

۵. سیاست‌های برنامه‌سازی

اشاره

ص:۵۷

۵. سیاست‌های برنامه‌سازی

برای تحقق کامل رسالت رسانه ملی در زمینه گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه، در تولید و پخش برنامه‌ها باید به نکته های متعددی توجه شود که در اینجا به برخی از آنها اشاره می کنیم:

الف) توجه به جنبه های مختلف موضوع

الف) توجه به جنبه های مختلف موضوع

چنان که در مقدمه یادآور شدیم، پدیده بدحجابی در ایران، پدیده‌ای پیچیده، چندوجهی و برخاسته از علل و عوامل گوناگون است. ازاین رو، در برنامه هایی که با هدف تبیین و بررسی پدیده یادشده ساخته می شود، باید به جنبه های مختلف این پدیده و علل و عوامل رشد و گسترش آن در جامعه ما توجه شود تا سرانجام، تصویر جامع و کاملی از این پدیده ناهنجار اجتماعی در ذهن مخاطبان شکل گیرد.

ب) بهره‌گیری از پژوهش در تولید برنامه‌ها

ب) بهره‌گیری از پژوهش در تولید برنامه‌ها

تولید و پخش برنامه در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با پدیده بدحجابی، بدون بهره‌گیری از مطالعات و پژوهش‌های ژرف و گسترده در این زمینه، نتایج مطلوبی در پی نخواهد داشت و چه بسا مسائل و مشکلات جدیدی نیز در بردارد. ازاین رو، لازم است

همه برنامه‌های تولیدی در این زمینه، پیوست پژوهشی داشته باشند و از مشاوره پژوهشی کارشناسان برجسته این حوزه بهره بگیرند.

ج) بهره‌گیری از کارشناسان دینی توان مند در تولید برنامه‌ها

ج) بهره‌گیری از کارشناسان دینی توان مند در تولید برنامه‌ها

یکی از آسیب‌های فعلی برنامه‌های رسانه ملی، بهره نگرفتن بجا و مناسب از کارشناسان و مشاوران دینی متخصص و توان مند است. این آسیب، وجوه گوناگونی دارد که برخی از آنها به شرح زیر است:

ـ بهره گرفتن از کارشناس یا مشاور دینی غیرمتخصص در حوزه مربوط؛

ـ بهره گرفتن از مشاور دینی در حد مطالعه طرح اجمالی ابتدایی و استفاده نکردن از دیدگاه‌های او در مراحل تولید و تدوین اثر؛

ـ استفاده از کارشناس یا مشاور غیرحوزوی در حوزه مباحث تخصصی دینی؛

ـ استفاده نکردن از مشاور دینی در مواردی که حضور او ضروری است.

یکی از حوزه‌هایی که به نظر می‌رسد بدون بهره‌گیری مناسب از دیدگاه‌های کارشناسان و مشاوران متخصص و توان مند، در آن به تولید برنامه پرداخته می‌شود، حوزه فرهنگ عفاف و حجاب است.

بی‌تردید، برای تبلیغ و ترویج و نهادینه ساختن موضوع حساس و مهمی مانند عفاف و حجاب که وجوه گوناگون فقهی، حقوقی، فرهنگی، تربیتی، جامعه‌شناختی و روان‌شناختی دارد، نمی‌توان بدون استفاده از دیدگاه‌های کارشناسی به تولید برنامه پرداخت. حتی باید گفت اگر بدون توجه به نکته یادشده در این زمینه، برنامه‌ای هم ساخته شود، چندان اثری نخواهد داشت.

د) وجود انسجام و هم‌افزایی در برنامه‌ها

ص:۵۹

د) وجود انسجام و هم‌افزایی در برنامه‌ها

برنامه‌سازی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب، تنها در صورتی می‌تواند این فرهنگ را در جامعه نهادینه کند که میانِ برنامه‌های گوناگون رسانه ملی در این زمینه انسجام و هماهنگی برقرار باشد و این برنامه‌ها به گونه‌ای با یکدیگر هم‌افزایی داشته باشند. به دیگر بیان، اگر در یکی از برنامه‌های رسانه ملی به تبلیغ و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب پرداخته و در برنامه‌ای دیگر، به این فرهنگ خدشه وارد شود، هیچ‌گاه فرهنگ سازی در این زمینه اتفاق نمی‌افتد و مخاطبان رسانه ملی نیز دچار دوگانگی و تضاد می‌شوند.

و) توجه به ارتباط نظام‌مند معارف و آموزه‌های اسلامی

و) توجه به ارتباط نظام‌مند معارف و آموزه‌های اسلامی

معارف و آموزه‌های اسلامی در حوزه‌های گوناگون از جمله در حوزه نظام خانواده، روابط زن و مرد، شیوه‌های تربیت فرزند، نقش تربیتی پدر و مادر، ارتباط پدر و مادر و فرزندان و فرهنگ عفاف و حجاب، مجموعه ای نظام‌مند و به هم پیوسته است و نمی‌توان انتظار داشت که تنها با اجرای بخشی از این معارف و آموزه‌ها به دستاوردهای مطلوبی دست یافت. در حال حاضر، الگویی که در حوزه یاد شده در فیلم ها و سریال ها و برنامه های کارشناسی صدا و سیما ارائه می شود، بیشتر برگرفته از آموزه های تربیتی و روان‌شناختی غربی است که حاصل آن، کم‌رنگ شدن نقش و جایگاه تربیتی پدر در خانواده، فرزندسالاری، تربیت فرزندانی پرتوقع و بی بهره از مهارت‌های زندگی به ویژه مهارت خویشتن داری و با آستانه تحمل پایین و مانند آن بوده است.

روشن است که در چنین شرایطی نمی‌توان نوجوانان و جوانان را چنان که شایسته است، در کانون خانواده‌ها برای پذیرش فرهنگ عفاف و حجاب آماده

و این فرهنگ را در آنها نهادینه کرد. از این رو، رسانه ملی برای دست یافتن به هدف خود در زمینه ترویج فرهنگ عفاف و حجاب و نهادینه کردن آن در جامعه باید با نگاه نظام‌مند و کلان‌نگر، الگوهای تربیتی را که در حال حاضر در برنامه‌های گوناگون آن ارائه می‌شود، بازبینی کند و همه آنها را بر اساس معارف و آموزه‌های اسلامی سامان دهد.

ز) بهره‌گیری از قالب‌ها و روش‌های گوناگون برنامه‌سازی

ز) بهره گیری از قالب‌ها و روش‌های گوناگون برنامه‌سازی

هر یک از قالب‌ها، ساختارها و روش‌های برنامه‌سازی و القای پیام در صدا و سیما، کارکرد، اثرگذاری و مخاطب خاص خود را دارد. به همین دلیل، برای فرهنگ‌سازی در موضوع مهمی مانند عفاف و حجاب نمی توان تنها به قالب خاصی مانند گفت‌وگوهای کارشناسی یا روش ویژه‌ای مانند القای مستقیم پیام بسنده کرد، بلکه باید از همه قالب ها و ساختارهای برنامه‌سازی اعم از فیلم، سریال، نمایش نامه، مستند، گزارش، مسابقه، ترکیبی، نماآهنگ، میزگرد، سخنرانی، مصاحبه، انیمیشن، عروسکی و قصه گویی و همچنین از همه روش‌های القای پیام شامل القای مستقیم و غیرمستقیم استفاده کرد تا بتوان بر عموم مخاطبان و در گستره‌ای قابل توجه اثر گذاشت و زمینه نهادینه‌سازی این فرهنگ را در جامعه آماده ساخت.

ح) اولویت‌بخشی به کودکان و نوجوانان

ح) اولویت‌بخشی به کودکان و نوجوانان

با توجه به آموزه‌های دینی و تجربه‌های بشری هرگونه انتقال باورها، ارزش‌ها و هنجارها باید در دوران کودکی و نوجوانی انجام شود تا آن باورها، ارزش‌ها و هنجارها در ذهن و دل مخاطب جای گزین و برای همیشه ماندگار گردد. از این رو، رسانه ملی برای تبلیغ و ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب، باید در درجه نخست به مخاطبان کودک و نوجوان خود توجه کند و

ص:۶۱

برنـامه‌هـای این گروه از مخاطبان را به گونه‌ای سامان دهـد که به تدریـج و بر اساس سـیری طبیعی، موضوع محرم و نامحرم و ضرورت حفظ عفاف و حجاب برای آنها نهادینه شود.

بی‌تردیـد، اگر رسانه ملی نتوانـد این موضوع‌ها را زمانی که مخاطبان آن دوران کودکی و نوجوانی را می‌گذراننـد، برای آنها نهادینه کند، در زمانی که مخاطبان به سنین جوانی رسیدند، توفیق چندانی نخواهد داشت.

ط) توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی مخاطبان برنامه‌ها

ط) توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی مخاطبان برنامه‌ها

هر سـنی، ویژگی‌هـا و اقتضاهـای شـناختی، ادراکی، احساسـی و عـاطفی خـاص خـود را دارد و بـه همیـن دلیـل، یـک مربی و آموزگـار زمانی می‌توانـد در هـدف تربیتی و آموزشـی خود به موفقیت دست یابـد که به این ویژگی‌ها و اقتضاها توجه کنـد. رسانه ملی نیز زمانی می‌توانـد اهداف آموزشـی یا تربیتی خود را به خوبی تحقق بخشد که ویژگی‌های روان‌شـناختی مخاطبان خود را به خوبی بشناسد و در تولید برنامه‌ها به آنها توجه کند.

در تبلیغ و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب هم باید به این موضوع مهم توجه شود و برای هر سن و سالی متناسب با ویژگی‌های روان شناختی آنها برنامه‌ای ویژه تهیه شود تا اثرگذاری شایسته‌ای در پی داشته باشد.

ی) توجه به مجموعه آموزه‌های اسلامی در زمینه روابط زن و مرد

ی) توجه به مجموعه آموزه‌های اسلامی در زمینه روابط زن و مرد

مکتب اسـلام برای مـدیریت غریزه جنسـی انسان‌ها و سامان‌دهی روابط زن و مرد در جامعه، مجموعه آموزه‌هایی را ارائه کرده است که توجه به همه آنها

می‌توانـد ضامن سـلامت ارتباط‌های اجتماعی دو جنس و مانع بروز گناهان و ناهنجاری‌های اخلاقی و جنسـی در جامعه باشد. در این مجموعه آموزه‌هـا، ضوابـط و چـارچوب‌هـای شـرعی در زمینه‌هـایی ماننـد نوع نگـاه مردان و زنان نامحرم به یکـدیگر، چگونگی پوشـش و آرایش بـانوان در مقابـل نامحرم، شـیوه گفتار و رفتار زنان در برابر نامحرمان، چگونگی ارتباط زن و مرد نامحرم، حدود ارتباط دختر و پسـر پیش از ازدواج و خویشتن داری جنسی به خوبی بیان شده است. آموزه‌های یاد شده بیانگر یک نظام و شبکه معنایی به هم پیوسته هستند که در مفاهیمی چون حیا، حریم، عفاف، حجاب و غیرت تجلی می‌یابند.(۱)

با توجه به نکات یادشـده، مـدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی برای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب باید به مجموعه آموزه‌های اسـلامی در زمینه روابط زن و مرد توجه کنند و تنها به حفظ پوشش ظاهری مجریان، گزارشگران و بازیگران بسنده نکنند. چه بسـا دیـده می‌شود که برخی مجریـان یـا بـازیگران زن تمام ضوابط پوشـش را رعایت کرده‌انـد، ولی نوع گفتار و رفتار آنها با نامحرم هیچ تناسبی با فرهنگ حیا و عفاف ندارد.(۲)

ک) توجه به شرایط اثرگذاری پیام

ص:۶۳

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: سـید جعفر حق‌شناس، «مبانی و راه کارهای قرآن برای گسترش عفاف و حجاب» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۱، صص ۱۸۹ – ۲۱۸ و مریم حاجی عبدالباقی، «مقایسه رویکرد قرآن کریم و سیاست جمهوری اسلامی در طرح موضوع حجاب»، در: همان، صص ۴۳۹-۴۶۳.

۲- برای مطـالعه بیشتر در این زمینه، نـک: علی جعفری، «خـانم ها چادری تلویزیون». ماهنامه رواق هنر و انـدیشه، شـماره ۱۱، خرداد ۱۳۸۶. «عملکرد رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب: گفت‌وگو با فریبا علاسوند»، فصل نامه تخصصـی مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۰.

ک) توجه به شرایط اثرگذاری پیام

پژوهش‌ها و مطالعات اثرسنجی نشان می‌دهد که برنامه‌های رسانه آن گاه می‌تواند اثر مورد نظر را بر مخاطبان داشته باشد که دست‌کم از سه مؤلفه زیر برخوردار باشد:

یک_ مداوم باشد به گونه‌ای که مخاطب به طور مکرر در معرض آن قرار گیرد و به آن توجه کند. این تداوم می‌تواند حاصل تکرار یک برنامه و در چند نوبت باشد یا اینکه موضوعی واحد به شکل مختلف و در قالب‌های گوناگون بارها نمایش داده شود.

دو_ محتوای آن به شکلی جدی و واقعی نمایش داده شود. به عبارت دیگر، پیام برنامه باید به گونه‌ای ارائه شود که مخاطب گمان کند با چیزی واقعی و نه شوخی یا بی‌اهمیت روبه روست. البته این بدان معنا نیست که یک برنامه طنز نمی‌تواند اثرگذار باشد، بلکه نباید پیام‌های چنین برنامه‌ای چنان تحت الشعاع شوخی‌ها و داستان آن قرار گیرد که مخاطب، آن برنامه را سراسر طنز و سرگرمی بداند.

سه_ برنامه به دانش و آگاهی‌های اولیه مخاطب توجه کرده باشد. توجه مخاطب به برنامه‌ای بیشتر جلب می‌شود که موضوع یا محتوای آن آشنا بوده یا اندک اطلاعی از آن داشته باشد و به تعبیری بتواند آن را بفهمد و با آن ارتباط برقرار کند. انتظار نمی‌رود برنامه‌ای که فارغ از دانش و آگاهی مخاطب ساخته می‌شود، در اثرگذاری بر او موفق باشد.(۱)

۱- اسماعیل سعدی‌پور، علیرضا خوشگویان فرد و معصومه طالبی دلیر، اثرسنجی در حوزه رسانه با تأکید بر تلویزیون، ص ۱۶۶.

برای تولید برنامه‌های اثرگذار در حوزه گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب نیز باید به این مؤلفه‌ها، به ویژه مؤلفه تکرار و استمرار برنامه‌ها توجه شود تا در آینده، شاهد نهادینه شدن کامل فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه باشیم.

ل) توجه به سطوح مختلف اثر رسانه

ل) توجه به سطوح مختلف اثر رسانه

اثر رسانه را از زاویه‌های مختلف می‌توان دسته‌بندی کرد. این اثر بر اساس میزان ماندگاری، به کوتاه، میان یا بلندمدت تقسیم می‌شود. اثرهای کوتاه‌مدت، آنی و در بیشتر موارد، بلافاصله با گذشت زمان کوتاهی از قطع ارتباط با محرک (مثلاً با پایان یافتن پخش یک مجموعه تلویزیونی) از بین می‌روند. به طور معمول، این گونه از اثرها به ایجاد هیجان گذرا در مخاطبان محدود هستند.

اثر را از نظر سطح نفوذ آن نیز می‌توان در سه سطح شناختی (اعتقادی)، عاطفی (هیجانی) یا رفتاری مطرح ساخت. اثرهای شناختی با اطلاعات، دانش افراد و نوع نگاهشان به یک پدیده در ارتباط هستند، ولی اثرهای عاطفی با هیجان های آنان نظیر خشم، خوشایندی، تنفر یا علاقه‌مندی مرتبطند. از سوی دیگر، اثرهای رفتاری به تغییر عادت و اعمال افراد می‌انجامند.(۱)

رسانه ملی برای نهادینه شدن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه به همه انواع و سطوح اثرگذاری توجه کند و برنامه‌های خود را به گونه‌ای سامان دهد که تنها دارای اثر کوتاه‌مدت و آنی یا اثرشناختی نباشد، بلکه دارای اثر بلندمدت و رفتاری باشد و در نهایت، به اصلاح عادت و رفتار مخاطبان در

ص:۶۵

۱- همان، ص ۱۹.

زمینه عفاف و حجاب منتهی شود.

م) خنثا نکردن اثر برنامه‌های مناسب

م) خنثا نکردن اثر برنامه‌های مناسب

در سال‌های اخیر، مدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی به پوشش بازیگران زن فیلم ها و سریال های تلویزیونی توجه ویژه‌ای کرده و کوشیده انـد که شخصـیت های اصـلی این گونه برنامه ها را با حجاب کامل و در برخی موارد، با چادر نشان دهند تا به این وسیله، فرهنگ حجاب را در جامعه ترویـج دهند. این اقدام در جای خود ارزشـمند است و می‌تواند به فرهنگ‌سازی در زمینه رعایت احکام اسلامی پوشش بانوان یاری رساند، ولی موضوع تأمل برانگیز این است که همین زنان بازیگری که در فیلم ها و سریال‌های تلویزیونی با حجاب کامل و گاه با چادر حاضـر شده اند، در مراسم تجلیل از آن فیلم ها و سـریال ها یا در مصاحبه هـای تلویزیونی، یـا در جشـنواره هـا و همـایش هـای هنری و رسـانه ای، بـا ظـاهری نامنـاسب و بـدون رعـایت برخی اصول و چارچوب‌های عفاف و حجاب حاضـر می شوند. این پدیده تمام آثار مثبت فیلم و سـریال نمایش داده شده را از بین می برد و به مخاطب این گونه القا می کند که احکام شـرعی حوزه عفاف و حجاب چندان هم الزام‌آور نیستند و می‌توان بسته به شرایط و محیط، گاهی با حجاب کامل و گاهی با حجاب نیم‌بند ظاهر شد.

ن) پرهیز از ترویج الگوی پوشش رایج در شهر تهران

ن) پرهیز از ترویج الگوی پوشش رایج در شهر تهران

هم‌اکنون در بیشتر سـریال‌هـای تلویزیونی پوشـش معمول در فضـای داسـتان برای خـانم‌ها مانتو و شـلوار است که این موضوع بازتـابی از فضـای شـهر تهران و برخی از شـهرهای بزرگ کشـور است. به همین دلیـل هنگـامی که در سـریالی شخصـیت زن داستان چادر می‌پوشد، دارای خصوصیتی می‌شود که باید توجیه شود.

ص:۶۶

به عنوان مثال، نشان داده شود که او بسیار مذهبی است. در صورتی که در برخی دیگر از شهرهای کشور فضای عمومی این گونه نیست و اگر چادر پوشش غالب نباشد، دست کم در کنار مانتو و شلوار پوشش معمول خانم‌ها به شمار می آید.

بازتاب این گونه سریال‌ها یا به بیان دیگر پیام پنهان آنها، این خواهد بود که پوشش معمول و متداول جامعه مانتو و شلوار است و نیازی به پوشش بهتر و کامل تری مانند چادر نیست. این در واقع تبلیغی است برای کنار گذاشتن چادر که به تعبیر مقام معظم رهبری «حجاب برتر»(۱) و «لباس ملی»(۲) ماست.

بنابراین، در طراحی لباس بازیگران زن فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی باید به گونه ای عمل کرد که الگوی پوشش رایج در تهران و برخی دیگر از شهرهای بزرگ کشور، تبدیل به الگوی پذیرفته شده همه زنان و دختران کشور نشوند.

ف) استفاده بجا و مناسب از پوشش چادر برای بازیگران

ف) استفاده بجا و مناسب از پوشش چادر برای بازیگران

متأسفانه در برخی برنامه‌های نمایشی، پوشش چادر برای زنان مسن یا زنانی که در سطوح پایین جامعه هستند و یا در موقعیت های خاص، مانند مراسم ترحیم استفاده می شود. این گونه برنامه ها، فرهنگ نادرستی را در جامعه رواج می دهند و به طور غیرمستقیم به دختران جوان و تحصیل کرده این پیام را القا می کنند که چادر پوشش مناسب و درخوری برای آنها نیست.

مدیران و برنامه سازان رسانه ملی و دستگاه های نظارتی سازمان صدا و

ص:۶۷

۱- نک: سخنان مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان قرآن‌پژوه کشور، ۲۸/۷/۱۳۸۸. درک پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای: http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۸۲۵۹

۲- نک: همان.

سیما باید به طور دقیق به این نکته توجه داشته باشند و از تولید و پخش فیلم ها و سریال هایی که این گونه پیام های غیرمستقیم را به مخاطبان القا می کنند، جلوگیری کنند.

س) تبلیغ و ترویج عفاف و حجاب در روند معمول فیلمها

س) تبلیغ و ترویج عفاف و حجاب در روند معمول فیلمها

توجه به فرهنگ عفاف و حجاب در رسانه، به ویژه در فیلم‌ها و سریال ها لزوماً به این معنا نیست که همواره در برنامه‌های نمایشی محور و موضوع داستان قرار گیرد. گاهی یک شخصیت فرعی دوست‌داشتنی و اثرگذار در روند داستان می‌تواند این فرهنگ را به مثابه پیامی نه چندان اصلی و نه چندان آشکار به خوبی رواج دهد.

بنابراین، در بهره گیری از قالب برنامه‌های نمایشی برای تبلیغ و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب باید به این نکته توجه و به گونه ای عمل کرد که مخاطب بی آنکه خود متوجه باشد نسبت به عفاف و حجاب دلبستگی پیدا کند.

ع) پرهیز از تحمیل پوشش کامل به فضای برنامه‌های نمایشی

ع) پرهیز از تحمیل پوشش کامل به فضای برنامه‌های نمایشی

در سال‌های اخیر بسیار ملاحظه می‌شود که برخی تهیه کنندگان و کارگردانان برنامه‌های نمایشی برای رعایت ضوابط و آیین‌نامه‌هایی که به آنها ابلاغ شده است، بدون توجه به فضا و شخصیت داستان، و بدون در نظر گرفتن تناسب آن شخصیت با فرهنگ عفاف و حجاب، از پوشش کامل و در مواردی چادر برای برخی بازیگران زن استفاده می کنند، بی‌آنکه توجه داشته باشند که این گونه تحمیل ها به ضد خود تبدیل می‌شود و مخاطب را از این نوع پوشش دل زده می کند.

بنابراین، در برنامه‌های نمایشی باید جهان داستان به گونه ای باشد که حجاب و عفاف در پرتو شخصیتی دوست داشتنی و متناسب با این فرهنگ، تبلیغ و ترویج شود.

۶. طرح یک مجموعه تلویزیونی

اشاره

ص:۶۹

۶. طرح یک مجموعه تلویزیونی

زیر فصل ها

الف) مشخصات طرح

ب) خلاصه طرح

ج) عناوین برنامه

الف) مشخصات طرح

الف) مشخصات طرح

عنوان طرح: انتخاب برتر

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با چیستی و چرایی عفاف و حجاب و چگونگی گسترش و نهادینه سازی آن در جامعه

قالب: ترکیبی (گفت‌وگو، وله‌های گرافیکی، بخش‌های مستند، مصاحبه و نریشن)

تعداد: ۲۶ قسمت ۴۵ دقیقه‌ای (جمعاً ۱۱۷۰ دقیقه)

مخاطب اصلی : جوانان

ب) خلاصه طرح

ب) خلاصه طرح

با نگاهی اجمالی به روزشمار رویدادهای مرتبط با زنان در سه دهه گذشته درمی‌یابیم که پس از پیروزی انقلاب اسلامی، «پوشش بانوان» همواره یکی از موضوع‌های بحث برانگیز جامعه ما بوده است، از تیر ۱۳۵۹ که بحث الزامی شدن رعایت پوشش اسلامی در اداره‌ها مطرح شد، تاکنون موضوع حجاب و پوشش بانوان دست مایه برگزاری همایش‌ها، نشست‌ها، سمینارها و تجمع‌های

مختلف بوده و همواره بحث و گفت‌وگوها، اعتراض‌ها و شکایت‌هایی در مورد بدحجابی در جامعه ما وجود داشته است.(۱) البته این بحث و گفت‌وگوها در دوره‌های مختلف تاریخ انقلاب اسلامی، فراز و فرودهایی داشته است.

در دهه نخست پیروزی انقلاب اسلامی به ویژه در دوران دفاع مقدس، به دلیل حاکمیت شرایط ویژه فرهنگی و اجتماعی، در مورد حدود پوشش اسلامی، بحث و گفت‌وگوهایی وجود داشت، ولی جامعه، کمتر با معضل بدحجابی روبه رو بود. در دهه دوم انقلاب، به دلایل مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، ناهنجاری‌های اجتماعی از جمله پدیده بدحجابی در جامعه ما ظهور بیشتری یافت و در دهه سوم، این روند با سیری رو به افزایش ادامه پیدا کرد.(۲)

گسترش پدیده بدحجابی در جامعه ما به ویژه در دو دهه گذشته، سازمان‌ها، نهادها و مراکز فرهنگی، اجتماعی، قضایی، انتظامی و ... را به چاره‌اندیشی برای مهار این ناهنجاری اجتماعی و مقابله با رشد و گسترش آن واداشت و هر از چندگاهی، طرح، برنامه، لایحه، آیین‌نامه و بخش‌نامه‌ای برای اصلاح وضعیت حجاب در اداره ها، سازمان‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها، معابر عمومی و ... ارائه شد که آخرین آنها، طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب » و طرح « گسترش امنیت اجتماعی» بود.

مطالعه اجمالی پیشینه طرح‌های متنوعی که در سال‌های گذشته در این

ص:۷۱

۱- نک: ابراهیم امیری، «روزشمار تحولات و رویدادهای زنان در ۲۵ سال گذشته»، پیام زن، سال چهاردهم، شماره دوم، اردیبهشت ۱۳۸۴ (ویژه نامه زن در جمهوری اسلامی ایران، دفتر چهارم).

۲- برای مطالعه بیشتر در زمینه عوامل گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی در دهه دوم پیروزی انقلاب اسلامی، نک: ابراهیم شفیعی سروستانی، «نظام اسلامی و ناهنجاری در روابط جنسی»، در: ابراهیم شفیعی سروستانی (گردآورنده)، نظام اسلامی و مسئله روسپی گری (مجموعه مقالات گفت‌وگوها)، صص ۱۵ _ ۵۲.

زمینه اجرا شده است، نشان می‌دهد بسیاری از آنها به دلایل مختلف از کارآیی لازم برخوردار نبوده و نتوانسته‌اند در جلوگیری از بدحجابی و گسترش فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه مؤثر باشند. از این رو، به نظر می‌رسد که به جای امید بستن به طرح‌ها و برنامه های گسترده و پر سر و صدای دستگاه های اجرایی باید به آموزش و فرهنگ‌سازی در این زمینه پرداخت. این آموزش و فرهنگ‌سازی به دو شیوه می‌تواند انجام شود: نخست از طریق سازمان‌های فرهنگی گسترده و اثرگذاری چون وزارت آموزش و پرورش و صدا و سیمای جمهوری اسلامی و دوم با استفاده از ظرفیت نهادهای مردمی، چون مساجد، هیئت‌های مذهبی، حوزه‌های علمیه، انجمن‌های اسلامی، بسیج دانشجویی، بسیج جامعه زنان کشور، نهاد نمایندگی رهبری در دانشگاه‌ها و ... .

طرح مجموعه تلویزیونی «انتخاب برتر» با همین هدف آماده شده است که امیدواریم در مرحله اجرا بتواند مخاطبان هدف را با چیستی، چرایی و چگونگی عفاف و حجاب آشنا سازد.

در این طرح، مخاطبان در قالب یک مجموعه برنامه ترکیبی هدفمند با مباحث گوناگون فقهی، فرهنگی، جامعه شناختی و روان شناختی مطرح در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب آشنا می شوند و در نهایت به تصویر جامعی از وضعیت این فرهنگ در جامعه ما دست می یابند.

ج) عناوین برنامه

اشاره

ص:۷۲

ج) عناوین برنامه

زیر فصل ها

یک ــ حجاب در اسلام (۳ قسمت)

دو ــ فلسفه و چرایی حجاب و عفاف (۴ قسمت)

سه ــ دلایل و زمینه های روان شناختی و جامعه شناختی بدحجابی (۴ قسمت)

چهار ــ بررسی تاریخی و جریان‌شناسانه حجاب در ایران (۳ قسمت)

پنج ــ نظام اسلامی و مسئله حجاب (۲ قسمت)

شش ــ آسیب‌ها و بایسته‌های گسترش فرهنگ حجاب (۶ قسمت)

هفت ــ مخاطب‌شناسی در تبلیغ و ترویج حجاب (۴ قسمت)

یک ــ حجاب در اسلام (۳ قسمت)

یک ــ حجاب در اسلام (۳ قسمت)

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با مبانی، مستندات، حدود و چارچوب های شرعی حجاب و عفاف

سرفصل‌ها:

حجاب و عفاف در قرآن و روایات؛

حدود و چارچوب‌های شرعی حجاب و عفاف؛

آداب حجاب.

کارشناسان پیشنهادی:

سرکارخانم دکتر زهرا امینی مجد؛

حجت الاسلام دکتر سید جعفر حق شناس؛

سرکار خانم دکتر مریم حاج عبدالباقی؛

حجت الاسلام محمدرضا زیبایی نژاد؛

سرکار خانم دکتر فتحیه فتاحی زاده؛

سرکارخانم دکتر فهیمه فرهمندپور؛

سرکار خانم مریم معین الاسلام.

منابع پژوهشی:

اشتهاردی، محمد مهدی، پوشش زن در اسلام، قم، ناصر، چاپ نهم، ۱۳۷۰.

حسینی، سید مجتبی، احکام نگاه و پوشش (آرایش، روابط، گفت‌وگو)، قم، دفتر نشر معارف، چاپ اول، ۱۳۸۵.

حق‌شناس، سیدجعفر، «حجاب در آیات قرآن با نگاهی به روایات»

ص:۷۳

، فصلنامه شورای فرهنگی، اجتماعی زنان، سال نهم، شماره ۳۶، تابستان ۱۳۸۶.

غروی نائینی، نهله و وحیده عامری، «پویشی در معنا و مفهوم حجاب»، فصلنامه شورای فرهنگی، اجتماعی زنان، سال نهم، شماره ۳۶، تابستان ۱۳۸۶.

فتاحی زاده، فتحیه، حجاب از دیدگاه قرآن و سنت، قم، بوستان کتاب، چاپ سوم، ۱۳۷۹.

کلانتری، علی اکبر، فقه و پوشش بانوان، قم، بوستان کتاب، چاپ اول، ۱۳۸۳.

مطهری، مرتضی، مسئله حجاب، تهران، صدرا، چاپ شصت و نهم، ۱۳۸۵.

________________، پاسخ‌های استاد به نقدهایی بر کتاب مسئله حجاب، تهران، صدرا، چاپ هفتم، ۱۳۷۷.

دو _ فلسفه و چرایی حجاب و عفاف (۴ قسمت)

دو _ فلسفه و چرایی حجاب و عفاف (۴ قسمت)

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با فلسفه و آثار حجاب و پی آمدهای بدحجابی در جامعه

سرفصل‌ها:

روان شناسی اختلافی زن و مرد؛

نظریه جنسی اسلام؛

آثار فردی و اجتماعی حجاب؛

پی آمدهای بی‌حجابی.

ص:۷۴

کارشناسان پیشنهادی:

حجت الاسلام دکتر عباس پسندیده؛

سرکارخانم مریم حاج عبدالباقی؛

حجت الاسلام دکتر عباس رجبی؛

سرکارخانم منصوره رحماندوست؛

حجت الاسلام دکتر محمدرضا سالاری فر؛

سرکار خانم دکتر فریبا علاسوند؛

سرکارخانم فهیمه فرهمندپور؛

سرکارخانم دکتر ایراندخت فیاض؛

حجت الاسلام دکتر رضاعلی کرمی؛

سرکارخانم فروغ نیلچی زاده.

منابع پژوهشی:

بنیانیان، حسن، پوشش اسلامی: چالش‌ها و راه کارها با رویکردی به مهندسی فرهنگی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۹.

پور سیدآقایی، مسعود، حجاب، میوه شناخت، قم، حضور، چاپ نهم، ۱۳۸۵.

پیره، روژه، روان‌شناسی اختلافی زن و مرد، ترجمه: محمد حسین سروری، تهران، جان‌زاده، چاپ اول، ۱۳۷۷.

پیس، آلن و باربارا، آنچه زنان و مردان نمی‌دانند، ترجمه: زهرا افتخاری، تهران، نسل نواندیش، چاپ اول، ۱۳۸۳.

حق‌شناس، سیدجعفر (گردآورنده)، نظام اسلامی و مسئله حجاب (مجموعه مقالات و گفت‌وگوها)، قم، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان،

چاپ اول، ۱۳۸۷.

رجبی، عباس، حجاب و نقش آن در سلامت روان، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمه الله ، چاپ دوم، ۱۳۸۵.

روبی، تبسم ف.، «گوش فرادادن به ندای حجاب»، ترجمه: نسرین مصباح، در: نظام اسلامی و مسئله حجاب، صص ۲۲۳ _ ۲۵۷.

روحانی، شهریار، آیا حجاب ضرورت دارد؟ (بررسی مسئله پوشیدگی از دیدگاه روان شناسی)، تهران، اشراقیه، چاپ اول، ۱۳۶۹.

صلاحی اصفهانی، سهیلا، راز هدیه خدا در نامه‌های دخترانه، تهران، مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، چاپ اول، ۱۳۸۷.

«نابودی عفاف، ارمغان فمینیسم»، برگرفته از: ونـدی شلیت، بازگشت به عفاف، تلخیص و ترجمه: سمانه مدنی، در: دبیرخانه همایش سراسر زنان، مسائل فرهنگی _ اجتماعی و جهان‌سازی، فمینیسم در امریکا تا سال ۲۰۰۳، قم، دفتر نشر معارف اسلامی، چاپ سوم، ۱۳۸۴.

فقیهی، علی‌نقی، تربیت جنسی؛ مبانی، اصول و روش‌ها از منظر قرآن و حدیث، قم، دارالحدیث، چاپ اول، ۱۳۸۷.

گروه نویسندگان «حدیث زندگی»، جوان، هیجان و خویشتنداری، قم، سازمان چاپ و نشر دارالحدیث، چاپ اول، ۱۳۸۶.

مهریزی، مهدی، آسیب‌شناسی حجاب، تهران، جوانه رشد، چاپ اول، ۱۳۷۹.

میرخندان، سیدحمید، حجاب در فرهنگ اسلامی، تهران، مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، چاپ اول، ۱۳۸۷.

سه _ دلایل و زمینه های روان شناختی و جامعه شناختی بدحجابی (۴ قسمت)

سه _ دلایل و زمینه های روان شناختی و جامعه شناختی بدحجابی (۴ قسمت)

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با دلایل و زمینه‌های فردی و اجتماعی گرایش جوانان به بدحجابی

سرفصل‌ها:

دلایل و زمینه‌های روان‌شناختی بدحجابی؛

دلایل و زمینه‌های جامعه‌شناختی بدحجابی؛

دلایل و زمینه‌های فرهنگی بدحجابی؛

نقش رسانه‌های غربی در گسترش بدحجابی.

کارشناسان پیشنهادی:

حجت الاسلام دکتر حسین بستان؛

دکتر عبدالله بیچرانلو؛

حجت الاسلام دکتر عباس پسندیده؛

حجت الاسلام حسین دهنوی؛

سرکارخانم منصوره رحماندوست؛

حجت الاسلام دکتر عباس رجبی؛

دکتر سیدحسین شرف الدین؛

دکتر سیاوش صلواتیان؛

سرکار خانم دکتر فریبا علاسوند؛

سرکار خانم دکتر ایراندخت فیاض؛

سرکار خانم دکتر شکوه نوابی نژاد.

منابع پژوهشی:

بنیانیان، حسن، پوشش اسلامی: چالش‌ها و راه کارها با رویکردی به مهندسی فرهنگی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۹.

پیشوایی، فریده و دیگران، «رسانه ملی و بایسته‌های ترویج حجاب و عفاف»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۴۰۷-۴۳۳.

حق‌شناس، سید جعفر (گردآورنده)، نظام اسلامی و مسئله حجاب (مجموعه مقالات و گفت‌وگوها)، قم، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، چاپ اول، ۱۳۸۷.

«حجاب و مسئولیت رسانه ملی»، گفت وگو با علی رضا پویا رئیس [وقت] مرکز تحقیقات صدا و سیما، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۱۷۹- ۱۹۸.

رفیع پور، فرامرز، توسعه و تضاد (کوششی در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی در ایران)، تهران، شرکت سهامی انتشار، چاپ چهارم، ۱۳۷۹.

زیبایی نژاد، محمدرضا، «نظام اسلامی و مسئله پوشش زنان»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۴۵۵- ۵۰۵.

سیدی تبار، اعظم السادات، «بررسی و تحلیل علل فردی، خانوادگی و اجتماعی گسترش بدحجابی»، در: حجاب؛ مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص۳۰۵-۳۵۷.

شرف‌الدین، سید حسین، «ریشه یابی جامعه شناختی بی حجابی»، در: حجاب؛ مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۱۹۹- ۲۳۶.

شفیعی سروستانی، ابراهیم (گردآورنده)، حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی (مجموعه مقالات و گفت‌وگوها)، ۳ جلد، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

_______________، «نظام اسلامی و ناهنجاری در روابط جنسی»، در: ابراهیم شفیعی سروستانی (گردآورنده)، نظام اسلام و مسئله روسپی گری (مجموعه مقالات و گفت و گوها)، قم، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، چاپ اول، ۱۳۸۵.

_______________، زن؛ نظام سلطه و رسانه‌ها، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۹۰.

علاسوند، فریبا، «جستاری در آسیب شناسی حضور زن مسلمان در رسانه»، فصل‌نامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۸ (ویژه رسانه و زن)، تابستان ۱۳۸۳.

معیدفر، سعید و مرضیه دهقانی، «تحلیل برخی زمینه‌ها و عوامل فرهنگی و اجتماعی گسترش بدحجابی»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۲۳۷- ۲۵۹.

«ملاحظات روان‌شناختی در موضوع حجاب»، گفت و گو با دکتر شکوه نوابی‌نژاد، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۳، صص ۲۸۷ — ۳۰۲.

«نگرش جامعه‌شناختی به پدیده بدحجابی»، گفت وگو با دکتر عماد افروغ، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۳، صص ۱۱۷-۱۴۷.

هاشمی فشارکی، سید احمد، «بررسی جامعه‌شناختی بدحجابی در ایران»، در: نظام اسلامی و مسئله حجاب، صص ۱۱۹ -۱۸۰.

چهار_ بررسی تاریخی و جریان‌شناسانه حجاب در ایران (۳ قسمت)

چهار_ بررسی تاریخی و جریان‌شناسانه حجاب در ایران (۳ قسمت)

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با دلایل، زمینه‌ها و عوامل گسترش بدحجابی در پیش و پس از پیروزی انقلاب اسلامی

سرفصل ها:

زمینه ها و عوامل فرهنگی، سیاسی و تاریخی کشف حجاب در ایران؛

بررسی وضعیت حجاب در دوران پهلوی دوم؛

بررسی وضعیت حجاب در ایران پس از انقلاب.

کارشناسان پیشنهادی:

حجت الاسلام مرادعلی توانا؛

حجت الاسلام دکتر رسول جعفریان؛

حجت الاسلام دکتر رضا رمضان نرگسی؛

دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی.

منابع پژوهشی:

توانا، مرادعلی، «زمینه‌ها و عوامل فرهنگی، سیاسی و تاریخی گسترش بدحجابی در تاریخ معاصر ایران»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۱۹_۵۴.

جعفری، مرتضی، واقعه کشف حجاب، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی و پژوهش و مطالعات فرهنگی، چاپ دوم، ۱۳۷۳.

جعفریان، رسول، داستان حجاب در ایران پیش از انقلاب،تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۴.

________________، رسائل حجابیه: شصت سال تلاش علمی در برابر

بدعت کشف حجاب، قم، دلیل ما، چاپ اول، ۱۳۸۰.

حیدریان، فاطمه، کشف حجاب، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، چاپ اول.

صلاح، مهدی، کشف حجاب، زمینه‌ها، واکنش‌ها و پی آمدها، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی، چاپ اول، ۱۳۸۴.

رمضان‌نرگسی، رضا، «بررسی وضعیت حجاب در ایران از سال‌های آخر حکومت پهلوی تا پایان جنگ تحمیلی»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۵۵ _ ۸۵.

________________ ، «زمینه‌سازی کشف حجاب در ایران»، فصل‌نامه بانوان شیعه، سال اول، شماره۲، زمستان ۱۳۸۲.

مالمیر، مهدی، «جامعه‌شناختی حجاب: بررسی و تحلیل وضعیت حجاب در ایران»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۸۷ _ ۱۰۷.

پنج _ نظام اسلامی و مسئله حجاب (۲ قسمت)

پنج _ نظام اسلامی و مسئله حجاب (۲ قسمت)

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با مبانی فقهی و حقوقی اختیارات و مسئولیت‌های نظام اسلامی در زمینه گسترش حجاب و عفاف و مقابله با بدحجابی

سرفصل‌ها:

مبانی مشروعیت مداخله حکومت اسلامی در موضوع حجاب؛

وظایف و مسئولیت‌های نظام اسلامی در موضوع حجاب.

ص:۸۱

کارشناسان پیشنهادی:

دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی؛

حجت الاسلام دکتر سعید ضیایی‌فر؛

حجت الاسلام دکتر حسنعلی علی اکبریان.

منابع پژوهشی:

ذاکر حسین، محمدهادی، «نگاهی به جایگاه بزه (رعایت نکردن حجاب شرعی) در نظام حقوقی ایران»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، صص ۴۹۵ _ ۵۲۴.

رجبیان، زهره، «پوشش زنان در عرصه قانون و حکومت»، در: نظام اسلامی و مسئله حجاب، صص ۷۵ _ ۱۱۸.

ضیائی‌فر، سعید، «مبانی اختیارات نظام اسلامی در زمینه جلوگیری از بدحجابی»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، صص ۲۳۱ _ ۲۶۸.

علی اکبریان، حسن، «مبانی مسئولیت حکومت اسلامی در ترویج حجاب»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، صص ۲۵ _ ۶۴.

مرتضوی، سید ضیاء، «درآمدی بر مبانی کلی فقهی حجاب و مسئولیت دولت اسلامی»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، صص ۶۵ _ ۱۰۱.

نقیبی، سیدابوالقاسم، «تحلیلی بر حکم یا حق بودن حجاب»، نشریه ندای صادق، سال یازدهم، شماره ۴۴، زمستان ۱۳۸۵.

شش _ آسیب‌ها و بایسته‌های گسترش فرهنگ حجاب (۶ قسمت)

شش _ آسیب‌ها و بایسته‌های گسترش فرهنگ حجاب (۶ قسمت)

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با آسیب ها و بایسته های مقابله با بدحجابی و گسترش فرهنگ حجاب و عفاف در سطح خانواده و اجتماع

سرفصل ها:

آسیب شناسی عملکرد خانواده ها در موضوع حجاب؛

بایسته های درونی سازی حجاب در خانواده‌ها؛

آسیب شناسی عملکرد نهادها و دستگاه های دولتی و عمومی در موضوع حجاب؛

بایسته های مقابله با بدحجابی و گسترش حجاب در جامعه (نهادهای حکومتی و عمومی)؛

بایسته های مقابله با بدحجابی و گسترش حجاب در جامعه (نهادهای تبلیغی)؛

الگوهای حجاب در جهان معاصر.

کارشناسان پیشنهادی:

حجت الاسلام دکتر مسعود آذربایجانی؛

حجت الاسلام دکتر عباس پسندیده؛

حجت الاسلام محمدرضا زیبایی نژاد؛

سرکارخانم فریبا علاسوند؛

سرکارخانم دکتر فهیمه فرهمندپور؛

سرکارخانم دکتر ایراندخت فیاض؛

سرکار خانم دکتر نیره قوی؛

حجت الاسلام دکتر رضاعلی کرمی؛

دکتر محمدتقی کرمی؛

دکتر محمود گلزاری.

منابع پژوهشی:

«آسیب‌ها و موانع گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»، گفت وگو با دکتر زهره طبیب زاده، رئیس مرکز امور زنان و خانواده، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۲۲۵ _ ۲۳۴.

بنیانیان، حسن، پوشش اسلامی: چالش‌ها و راه کارها با رویکردی به مهندسی فرهنگی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۹.

بهزاد پور، سیمین دخت، «آسیب شناسی نظام اجرایی کشور در ترویج حجاب»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۳۹۳- ۴۰۶.

حاج عبدالباقی، مریم، «مقایسه رویکرد قرآن کریم و سیاست جمهوری اسلامی در طرح موضوع حجاب»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، صص ۴۳۹ _ ۴۶۳.

«حجاب و مصوبه‌های اجرا نشده»، گفت وگو با منیره نوبخت، رئیس شورای فرهنگی _ اجتماعی زنان، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۳۰۳ _ ۳۱۷.

حق شناس، سیدجعفر، «مبانی و راه کارهای قرآن برای گسترش عفاف و حجاب» در: حجاب: مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، صص ۱۸۹ _ ۲۱۸.

دبیرخانه شورای فرهنگی عمومی، راه کارهای اجرایی فرهنگ عفاف و

حجاب، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۶.

زائری، محمدرضا، حجاب بی‌حجاب، اصفهان، آرما، چاپ اول، ۱۳۹۰.

زیبایی نژاد، محمدرضا، «نظام اسلامی و مسئله پوشش زنان»، در: حجاب؛ مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۴۵۵ _ ۵۰۵.

«شورای فرهنگ عمومی و عزم ملی برای مهار بدحجابی»، گفت وگو با منصور واعظی، دبیر شورای فرهنگی عمومی، در: حجاب؛ مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۳۱۹ _ ۳۳۴.

«طرح های سامان دهی حجاب و عفاف»، گفت وگو با بتول محتشمی، دبیر شورای فرهنگی _ اجتماعی زنان، در: حجاب؛ مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۲۵۹ _ ۲۶۷.

ضیائی، بیتا، «طرح های سامان دهی حجاب و عفاف در ایران»، در: حجاب؛ مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۴۳۵ _ ۴۵۱.

قاسمی، هاجرالسادات، «حلقه های مفقود حجاب»، مجله حوراء (نشریه داخلی دفتر مطالعات و تحقیقات زنان)، شماره ۹، دی ۱۳۸۳.

مستقیمی، مهدیه السادات، «نقش حاکمیت اسلامی در تربیت دینی حوزه حجاب»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۲، صص ۶۲۷-۶۶۹.

هفت _ مخاطب‌شناسی در تبلیغ و ترویج حجاب (۴ قسمت)

اشاره

هفت _ مخاطب‌شناسی در تبلیغ و ترویج حجاب (۴ قسمت)

هدف: آشنا ساختن مخاطبان با راه کارهای عملی تبلیغ و ترویج حجاب و عفاف در جامعه های هدف

ص:۸۵

سرفصل‌ها:

ویژگی‌های روان‌شناختی نوجوانان؛

ویژگی‌های روان‌شناختی جوانان؛

راه کارهای جذب نوجوانان به فرهنگ حجاب و عفاف؛

راه کارهای جذب جوانان به فرهنگ حجاب و عفاف.

کارشناسان پیشنهادی:

حجت الاسلام دکتر مسعود آذربایجانی؛

حجت الاسلام حسین دهنوی؛

سرکارخانم دکتر ایراندخت فیاض؛

حجت الاسلام دکتر رضاعلی کرمی؛

دکتر محمود گلزاری.

منابع پژوهشی:

احمدی، سید احمد، روان‌شناسی نوجوانان و جوانان، اصفهان، مشعل، چاپ دهم، ۱۳۸۲.

جلالوند، علی کرم، مخاطب شناسی و تبلیغ، قم، نور السجاد، چاپ اول، ۱۳۸۵.

زارع‌نژاد، ندا، «نظریه‌های روان‌شناسی تبلیغ در گفتمان حجاب»، بانوان شیعه، شماره ۱۰، زمستان ۱۳۸۵.

صادقی، عبدالمجید، اصول مخاطب شناسی تبلیغی، قم، زمزم هدایت، چاپ اول، ۱۳۸۴.

لطف‌آبادی، حسین، روان‌شناسی رشد کاربردی جوانان، تهران، سازمان ملی جوانان، چاپ اول، ۱۳۷۹.

قابل توجه برنامه سازان محترم:

ص:۸۶

قابل توجه برنامه سازان محترم:

برای تسهیل کار کلیه برنامه سازانی که قصد تولید برنامه در زمینه موضوع عفاف و حجاب دارند، بخش عمده ای از منابع پژوهشی عناوین هفت گانه یادشده در نرم افزار چندرسانه ای «سیمای عفاف: رسانه ملی و فرهنگ عفاف و حجاب» تولید مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما ارائه شده است.(۱)

برای آشنایی بیشتر با منابع و مآخذ موضوع های گوناگون مرتبط با بحث عفاف و حجاب، نک: نیره قوی (تدوین)، ماخذشناسی پوشش، تهران، معاونت فرهنگی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه ها، چاپ اول، ۱۳۸۸.

برای دریافت اطلاعات بیشتر درباره کارشناسان معرفی شده در این طرح با مدیریت کارشناسان و اندیشمندان مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما (به شماره ۲۹۳۳۸۳۰ _ ۰۲۵۱) تماس بگیرید یا به بخش کارشناسان پایگاه اطلاع رسانی مرکز (به نشانی

) مراجعه کنید.

پیوست ها

اشاره

ص:۸۷

۱- برای آشنایی بیشتر با این نرم افزار، نک: همین کتاب، پیوست ۳.

پیوست ها

زیر فصل ها

پیوست ۱

پیوست ۲

پیوست ۳

پیوست ۴

پیشوایی، فریده، «راه کارهای قرآنی ترویج عفاف و حجاب و مقایسه آن با عملکرد رسانه ملی»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱

پیوست ۵

پیوست ۱

اشاره

پیوست ۱

زیر فصل ها

سیاست ها و ضوابط رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب و روابط زن و مرد

سیاست ها و ضوابط رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب و روابط زن و مرد

سیاست ها و ضوابط رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب و روابط زن و مرد

برگرفته از: سیاست ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش سازمان صدا و سیما (سال ۱۳۸۶)

مرکز طرح و برنامه‌ریزی سازمان صدا و سیما

فصل اول: سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر تمام برنامه‌ها

سیاست‌های عمومی برنامه‌سازان

مراعات حدود و احکام شرعی در تمامی برنامه ها ضروری است.

۱۰_۱_۱. ترویج چهره ها، رفتارها، تکیه کلام ها، گفتارها، لباس ها، آرایش ها، نمادها و نشانه های نامتناسب با هنجارها و فرهنگ ملی ممنوع است.

۱۱_۱_۱. در برنامه‌ها باید از تحقیر سنت‌ها صحیح جامعه نظیر امر ارجمند خانه‌داری و مادری بانوان، زندگی زوج‌های جوان با پدر و مادر، پرهیز و جایگاه و اهمیت والای این سنت‌ها تبیین شود.

سیاست‌ها و ضوابط رفتاری _ روابط انسانی

ص:۸۸

۱-۲-۴. روابط اشخاص نامحرم با یکدیگر

۱-۲-۴-۱. نمایش هرگونه تماس بدنی (عمدی یا غیرعمدی) زن و مرد ممنوع است.

۱-۲-۴-۲. نمایش هرگونه تماس بدنی غیرمتعارف مرد با مرد و زن با زن ممنوع است.

۱-۲-۴-۳. نمایش هرگونه بدحجابی در برنامه‌ها ممنوع است.

۱-۲-۴-۴. تظاهر زن و مرد به الگوی رفتاری جنس مخالف ممنوع است؛ مگر در مواردی که به منظور تحقیر یا تضعیف این رفتار صورت گیرد.

۱-۲-۴-۵. باید از اختلاط بی مورد زن و مرد در تولیدات تلویزیونی (در صحنه‌هایی نظیر: عروسی، میهمانی خانوادگی، فضاهای کاری و همچنین جشن‌ها) اکیداً خودداری شود.

۱-۲-۴-۶. به تصویر کشیدن الگوهای رفتاری برگرفته از فرهنگ مخرب بیگانه (مگر به منظور تقبیح آن) ممنوع است.

۱-۲-۴-۷. پخش برنامه هایی که مروج عادی سازی روابط افراد نامحرم و شکستن حریم های شرعی میان آنان می گردد، ممنوع می باشد.

۱-۲-۴-۸. طرح ترکیب‌های عشقی هوس‌آلود (مثلث‌های عشقی یا بیشتر) مگر به منظور تقبیح آن، ممنوع می‌باشد.

۱-۲-۴-۹. روابط میان دختر و پسر در دوران قبل از ازدواج باید مطابق با موازین شرعی باشد و به صورت معقول و منطقی به تصویر کشیده شود.

۱-۲-۴-۱۰. در برنامه‌ها، به خصوص آثار نمایشی، باید الگوی صحیح و مشروع مراودات و تعاملات اجتناب‌ناپذیر اشخاص نامحرم (در سطح جامعه، مثلاً در محیط کار یا فضاهای آموزشی) ارائه گردد.

ص:۸۹

۱-۲-۴-۱۱. در برنامه‌ها، آسیب‌شناسیِ دوست‌یابی و نمایش فرجام دوستی‌های ناسالم و غیرمتعارف بین زن و مرد تأکید شود.

۱-۲-۴-۱۴. در گفت‌وگوی زن و مرد از افعال مفرد که بیانگر نوعی نزدیکی و دوستی است، خودداری شود.

۱-۲-۴-۱۵. زن و مرد نامحرم یکدیگر را با نام کوچک خطاب نکنند.

۱-۲-۴-۱۶. در مصاحبه‌ها و گفت‌وگوها، مجری و مصاحبه‌شونده از یک جنس باشند، مگر در مواردی که بر حسب ضرورت برنامه، غیرهمجنس باشند.

۱-۴. سیاست‌ها و ضوابط پوشش و حجاب

۱-۴-۱. طراحی لباس نباید با معیارهای زیبایی‌شناختی، محتوای برنامه، شخصیت مورد نظر و ارزش‌های فرهنگی، مغایرت داشته باشد.

۱-۴-۲. پوشش مورد استفاده در برنامه‌ها نباید مروج تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری باشد.

۱-۴-۳. استفاده از لباس‌های مروج مدهای غیربومی و الگوهای مغایر با فرهنگ اسلامی و زمینه‌ساز فرهنگ بیگانگان، برای مردان و زنان ممنوع می‌باشد.

۱-۴-۴. پوشش نباید تداعی‌کننده لباس شهرت (انگشت‌نما شدن) باشد و نیز نباید حالت تبرج و تحریک کنندگی داشته باشد.

۱-۴-۵. پوشش باید آراسته، پاکیزه و متناسب با محتوای برنامه باشد؛ مگر مواردی که فضای برنامه خصوصیات دیگری را اقتضا کند.

۱-۴-۶. لباس‌های زنان باید تمامی بدن آنها را به استثنای صورت و دو دست تا مچ

بپوشاند.

۱-۴-۷. در پوشش نباید از لباس های منقوش به آرم، تصاویر نامتعارف، نوشته‌ها و نمادهای فرهنگی بیگانه، علایم فرقه های ضاله، گروه های منحرف، نمادها و علایم بازرگانی بدون دلیل برنامه‌سازی خاص، استفاده شود.

۱-۴-۸. در برنامه‌ها لازم است شأن و منزلت چادر به عنوان حجاب برتر رعایت شود و از چادر در نقش‌های منفی و حقیر و نازل استفاده نشود؛ مگر هنگامی که نقش منفی آشکارا از چادر سوء استفاده کند یا استفاده ابزاری کرده باشد. در چنین وضعیتی لازم است در کنار شخصیت منفی، شخصیت مثبت با پوشش چادر نیز در آن برنامه وجود داشته باشد.

۱-۴-۹. از نشان دادن مادران چادری در کنار دختران جوان غیرچادری باید تا حد امکان اجتناب شود؛ مگر اینکه اقتضای داستان و شخصیت‌پردازی چنین امری را ایجاب کند.

۱-۴-۱۰. در سریال‌های تاریخی لازم است ضمن رعایت ضوابط شرعی با انجام تحقیق و پژوهش، در طراحی لباس به مقتضیات و ویژگی‌های زمان واقعه توجه شود.

۱-۴-۱۱. لباس‌های قومیت‌های ایرانی و یا مذاهب و ادیان الهی نباید در برنامه‌ها تحقیر و یا تمسخر شود.

۱-۴-۱۲. در برنامه‌ها استفاده از لباس‌هایی با رنگ‌ها و مدل‌های نامتعارف و نامناسب، هرگونه لباس، پیراهن و مانتوی تنگ، چسبیده که موجب نشان دادن برجستگی‌های بدن می‌شود و نیز لباس‌های کوتاه ممنوع می‌باشد.

۱-۴-۱۳. استفاده از بلوز، پیراهن و لباس‌های رنگی نامناسب و غیرمتین به

عنوان پوشش خانم‌ها در خارج از منزل و در ارتباط با نامحرم ممنوع می‌باشد.

۱-۴-۱۴. نمایش ورزشکاران دارای لباس‌های کوتاه و بدن‌نما و چسبان، با نمای نزدیک و بسته ممنوع می‌باشد.

۱-۴-۱۵. برنامه‌های صدا و سیما باید مروج پوشش کامل برای زنان، شامل چادر یا مانتو همراه با شلوار و مقنعه و جوراب با رنگ‌های مناسب و متین باشد.

۱-۴-۱۶. رعایت تناسب پوشش با مناسبت‌ها و حال و هوای برنامه‌ها در محدوده ضوابط و سیاست‌های مصوب ضرورت دارد.

۱-۴-۱۷. مدعوین و میهمانان برنامه‌های صدا و سیما نیز موظف به رعایت ضوابط و سیاست‌های پوشش می‌باشند.

۱-۴-۱۸. استفاده از پوشش‌های مربوط به اقوام ایرانی و متناسب با حال و هوای برنامه با حفظ حدود شرعی بدون اشکال است.

۱-۴-۲۱. در پوشش زنان، مقنعه به عنوان جزیی از پوشش برتر ترویج شود.

۱-۴-۲۲. استفاده از روسری در پوشش خانم‌ها، باید به نحوی باشد که روی شانه‌ها و برجستگی‌های سینه را بپوشاند.

۱-۴-۲۳. استفاده از رنگ‌های تند و زننده، به ویژه در پوشش مجریان، به استثنای مواردی که مقتضای نقش منفی است، ممنوع می‌باشد.

۱-۵. سیاست‌ها و ضوابط آرایش و گریم

۱-۵-۱. آرایش سر و صورت افراد در برنامه‌ها باید بیانگر متانت، عفاف و وقار و متناسب با هنجارها و ارزش‌های دینی باشد.

۱-۵-۲. استفاده از خانم‌های دارای آرایش در برنامه‌های تلویزیونی ممنوع

ص:۹۲

می‌باشد. فون و گریم‌های ضروری به نحوی که آرایش جلوه نکند مشمول آرایش نمی‌شود.

۱-۵-۳. نشان دادن زنان جوان دارای آرایش و در نماهای نزدیک و بسته، ممنوع است.

۱-۵-۴. نشان دادن مردان به صورتی که آرایش شده جلوه کنند، ممنوع است.

۱-۵-۵. نمایش مردان با سر و صورت نامناسب و زننده و برگرفته از الگوهای نامتعارف و غربی، موهای بسته یا پیچیده شده غیرمتارف یا نامرتب و یا مدل‌دار، باز بودن یقه پیراهن بیش از حد معمول، لباس تنگ و چسبیده، عینک‌های غیرمتعارف، لنزهای آرایشی و استفاده از طلا و زیورآلات مجاز نیست.

۱-۵-۶. گریم اشخاص نباید با معیارهای زیباشناختی، محتوای برنامه ها، شخصیت مورد نظر و ارزش‌های فرهنگی مغایر باشد.

۱-۵-۷. پخش برنامه‌های تولیدی سازمان که در آنها زنانی نمایش داده می شوند که تمام یا بخشی از موهای آنها هویداست، ممنوع می باشد.

۱-۵-۸. نمایش زنانی که دارای ناخن‌های لاک زده و زیورآلات جالب توجه هستند، جز در موارد خاص و ضروری برای برنامه‌سازی، ممنوع می‌باشد.

۱-۵-۹. به تصویر کشیدن صحنه آرایش شدن زنان مجاز نمی‌باشد.

۱-۶. سیاست‌ها و ضوابط اجرای برنامه‌ها به وسیله مجری

۱-۶-۱. در اجرای برنامه از مجریانی باید استفاده شود که از ویژگی های زیر بهره مند باشند:

وفاداری، حساسیت و التزام عملی نسبت به ارزش‌ها و مواضع اسلام و انقلاب.

ص:۹۳

دارا بودن اخلاق و منش همخوان با فرهنگ ایرانی _ اسلامی و هنجارهای ملی.

دارا بودن رفتار و برخوردهای متین در حد بارز و برجسته.

دارا بودن چهره و اندامی موزون، معتدل و ظاهری متناسب با فرهنگ و ادب اسلامی.

۱-۶-۲. مجری در برخورد با مخاطبان، موظف به مراعات امور زیر می باشد:

رعایت ادب و احترام نسبت به مردم، مخاطبان، شرکت کنندگان، میهمانان و عوامل برنامه.

رعایت اخلاق و ضوابط اسلامی در اجرای مشترک با جنس مخالف.

عذرخواهی متواضعانه هنگام خطا یا اشتباه.

پرهیز از تعارفات بی‌جا، بزرگ‌نمایی در معرفی افراد و سخنان بیهوده و بی هدف.

رعایت صمیمیت، صداقت و تواضع در گفتار.

۱-۶-۳. لباس مجریان باید ضمن پرهیز از مدگرایی تقلیدی، ساده، زیبا، برازنده، خوش‌فرم و متناسب با ضوابط اسلامی و عرف جامعه باشد.

۱-۶-۴. رفتار، گفتار، پوشش و برخوردهای مجریان باید به نحوی باشد که موجب جذب مخاطبان به رسانه شود.

۱-۶-۵. استفاده از آرایش برای مجریان ممنوع می‌باشد.

۱-۶-۸. مجریان در برنامه‌ها باید از گفتار غیرمتعارف جاهلانه و دون شأن رسانه، به خصوص در مواردی که با میهمان غیرهمجنس باشند، پرهیز کنند.

۱-۶-۱۲. ابراز احساسات بی‌مورد و اعلام پیام‌های شخصی از طریق برنامه‌ها مجاز نیست و مجریان به خصوص در تماس‌های تلفنی و هنگامی که دوطرف

همجنس نباشند نباید به ابراز عواطف فراتر از حریم‌های عرفی بپردازند.

۱-۶-۱۳. لازم است مجریان خانم که برای اولین بار با چادر در برابر دوربین ظاهر می‌شوند، در برنامه مورد نظر و سایر برنامه‌ها، همچنان با پوشش چادر ظاهر شوند.

۱-۶-۱۴. مجریان مردی که در شروع فعالیت خود با ظاهری مذهبی به اجرای برنامه می‌پردازند صرفاً با حفظ وضعیت خود می‌توانند به فعالیت ادامه دهند.

فصل دوم: سیاست‌ها و ضوابط گروه‌های برنامه‌سازی

۱_۲. سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه‌های اجتماعی

۲-۱-۱. پیام‌های رسانه نباید موقعیت زن غربی را به عنوان جایگاه و الگوی برتر معرفی کند و یا به تأثیرپذیری از آن دامن بزند.

۲-۱-۲. پیام های رسانه نباید موجب بی‌رغبتی و یا بی‌تفاوتی زنان نسبت به حجاب اسلامی گردد.

۲-۳. سیاست ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه های فرهنگی

۲-۳-۱۲. در برنامه‌ها هر نوع ترویج، تبلیغ شعارها و مفاهیم و آراء فمینیستی ممنوع می‌باشد.

۲-۳-۱۵. برنامه‌های رسانه نباید در مواجهه با تهاجم فرهنگی بیگانه، ساده‌انگارانه، سطحی و توأم با غفلت‌زدگی باشد.

۲-۳-۱۶. پیام‌های رسانه نباید از حساسیت مخاطبین نسبت به وظایف و رسالت‌های دینی و فرهنگی‌شان بکاهد.

۲-۳-۱۷. پیام‌های رسانه نباید موجب بی‌رغبتی و یا بی‌تفاوتی زنان نسبت به

ص:۹۵

حجاب اسلامی، وظایف و مسئولیت‌های آنان در خانواده و جامعه گردد.

۲-۵. سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه‌های خردسالان

۲-۵-۱۰. نشان دادن خردسالان به صورت عریان یا نیمه عریان، ممنوع می باشد.

۲-۵-۱۹. پخش موسیقی‌هایی بسیار محزون و یا بسیار تند که در خردسال حالت رقص ایجاد کند، ممنوع است.

۲-۵-۳۱. خردسالان میهمان در برنامه‌ها، نباید دارای آرایش و پوشش نامناسب باشند.

۲-۶. سیاست ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه های کودکان

۲-۶-۱۲. نشان دادن کودکان به صورت عریان یا نیمه عریان ممنوع می باشد.

۲-۶-۱۸. استفاده از دختران در برنامه‌ها باید با پوشش کامل و مناسب باشد.

۲-۶-۱۹. برنامه‌ها نباید مروج اختلاط کودکان دختر و پسر باشد.

۲-۶-۲۱. پخش موسیقی‌های بسیار محزون و بسیار تند که در کودک حالت رقص ایجاد می‌کند، ممنوع است.

۲-۶-۳۴. کودکان میهمان در برنامه‌ها، نباید دارای آرایش و پوشش نامناسب باشند.

۲-۷. سیاست ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه های نوجوانان

۲-۷-۱۱. پخش موسیقی های بسیار محزون و یا بسیار شاد که در نوجوان حالت رقص ایجاد می کند، ممنوع است.

ص:۹۶

۲-۸. سیاست ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه های جوانان

۲-۸-۱۶. دسته‌بندی و رودررو قراردادن نسل‌ها و یا جنس‌ها، ممنوع است.

۲-۸-۱۷. ترویج آداب، رسوم، اصطلاحات و رفتارهای غربی، ممنوع است.

۲-۸-۱۸. اصل بر جدایی نامحرمان است و هرگونه اختلاط بی‌مورد آنها، ممنوع می‌باشد.

۲-۹. سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه‌های زن و خانواده

۲-۹-۱. نباید به کرامت زن خدشه وارد شود و هرگونه تحقیر نسبت به زن ممنوع است.

۲-۹-۲. در هیچ برنامه‌ای نباید حقوق و جایگاه زن مخدوش و سنت‌های غلط و ظالمانه، عادی جلوه داده شود.

۲-۹-۳. از هر امری که منجر به تضعیف نهاد مهم خانواده در ذهنیت یا عینیت جامعه شود، باید پرهیز گردد.

۲-۹-۴. تحقیر امر خانه‌داری، شوهرداری و تضعیف مقام مادری، ممنوع است.

۲-۹-۵. از ایجاد هرگونه تقابل آسیب‌زننده به روابط خانوادگی و اجتماعی بین زن و مرد اجتناب شود.

۲-۹-۶. ترویج فمینیسم، مردستیزی و زن‌سالاری، ممنوع است.

۲-۹-۷. دامن زدن به مباحثی چون مزدگیری زن در قبال شیر دادن به فرزندان و مزد گرفتن زن در قبال خانه‌داری که موجب تضعیف جایگاه معنوی زن در خانواده می شود، ممنوع است.

۲-۹-۸. از القای این مسئله که ملاک ارزش یافتن زن، حضور در فعالیت‌های

مردانه است، پرهیز گردد.

۲-۹-۹. از عادی‌سازی مسئله طلاق و خانواده‌های تک والدینی به ویژه از طریق تکرار آن در برنامه‌های مختلف، اجتناب شود.

۲-۹-۱۰. فصل الخطاب بودن موضع مرد در هنگام استمرار اختلافات خانوادگی نباید تضعیف و تحقیر گردد.

۲-۹-۱۱. از هرگونه امری که به تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری در محیط خانواده دامن می‌زند، باید اجتناب گردد.

۲-۹-۱۲. ترویج و عادی سازی اختلاط زن و مرد نامحرم، ممنوع است.

۲-۹-۱۳. استقلال اقتصادی زن نباید به عنوان امری ارزشمند ترویج و تبلیغ شود.

۲-۹-۱۴. از هر امری که منجر به تشویق تشبه زنان به مردان و بالعکس شود، اجتناب گردد.

۲-۹-۱۵. از تشویق مردان به تحقیر و تمسخر زنان و بالعکس اجتناب گردد.

۲-۹-۱۶. هرگونه تبلیغ و نظریه‌پردازی در مورد زن و مرد که منجر به تضعیف نهاد خانواده شود، ممنوع است.

۲-۹-۱۷. نمایش همکاری داوطلبانه اعضای خانواده به خصوص آقایان، نباید تمسخرآمیز نشان داده شود.

۲-۹-۱۸. انجام مسئولیت‌های خانه‌داری و تربیت فرزند به وسیله زنان، نباید در مقابل کار خارج از خانه و فعالیت‌های اجتماعی آنان کم‌اهمیت تصویر شود.

۲-۹-۱۹. نمایش برنامه‌هایی که بیانگر برتری جنسیتی زن یا مرد می باشد، ممنوع است.

۲-۹-۲۰. به تصویر کشیدن برخورد نقادانه والدین نسبت به یکدیگر در برابر

فرزندان، ممنوع می‌باشد.

۲-۹-۲۱. در برنامه‌های آموزشی خانواده باید از مواد اولیه در مسایل قابل دسترس همگان و دارای قیمت‌های متناسب با سطح متوسط اقتصادی استفاده شود.

۲-۹-۲۲. برتری دادن هر نوع فعالیت و شغل نسبت به مسئولیت مقدس مادری، ممنوع است.

۲-۱۴. سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه‌های ورزشی

۲-۱۴-۱۸. در مصاحبه‌ها و گفت‌وگوها از طرح ورزشکارانی که دارای آرایش و پوشش غربی و یا ناهنجاری رفتاری هستند پرهیز شود.

۲-۱۴-۱۹. در برنامه هایی که به طور خاص به ورزش بانوان می پردازد، ترویج دیدگاه های فمینیستی و طرح چهره‌های مدافع فمینیسم ممنوع است.

۲-۱۴-۲۰. نمایش صحنه ورزش کردن بانوان که موجب آشکار شدن برجستگی‌های بدن و تحریک شهوانی است ممنوع می‌باشد.

۲-۱۴-۲۱. پخش صحنه‌های رقابت ورزشی بانوان جز در رشته‌های مناسب نظیر کوه‌پیمایی، شطرنج، تیراندازی ممنوع می‌باشد. پخش این صحنه باید بدون استفاده از نمای نزدیک صورت گیرد.

۲-۱۴-۲۲. ایجاد رقابت و مقایسه میان ورزش بانوان و آقایان در برنامه‌ها ممنوع می‌باشد.

۲-۱۵. سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه‌های فیلم، سریال و نمایش

۲-۱۵-۷. در نمایش ارتباطات و اختلافات خانوادگی، به کار بردن زبان اهانت

ص:۹۹

و توهین به یکدیگر و نیز شکستن حریم‌های اخلاقی، ممنوع می باشد.

۲-۱۵-۸. در تصویر ارتباط میان دختران و پسران و نیز زنان و مردان، باید حفظ حدود و ضوابط شرعی و نیز مراعات حریم‌های اخلاقی جامعه تحکیم و تثبیت گردد.

۲-۱۵-۹. در برنامه‌های نمایشی ترویج زن‌سالاری، کودک‌سالاری، تحقیر زن، مرد و کودک، ممنوع می‌باشد.

۲-۱۵-۱۰. استفاده از جاذبه‌های جنسی و سایر جذابیت‌های ظاهری به ویژه در مورد زنان، در برنامه‌های نمایشی مطلقاً ممنوع می‌باشد.

۲-۱۵-۱۱. نمایش چهره زن در نمای بزرگ و نزدیک، جز در موارد ضروری که استفاده از جذابیت ظاهری وی تلقی نشود، ممنوع می باشد.

۲-۱۵-۱۲. پوشش شخصیت‌های مورد استفاده در برنامه‌ها باید منطبق بر ضوابط شرعی، قانونی و نیز متناسب با عرف اخلاقی جامعه و موقعیت سنی و اجتماعی آنان باشد.

۲-۱۵-۱۸. پخش برنامه‌هایی که در آن زنان دارای نقش مردانه و نقش های مخالف فطرت و روحیات طبیعی زن هستند، ممنوع است.

۲-۱۷. سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه‌های تله تئاتر

۲-۱۷-۴. طراحی لباس و صحنه تله تئاترها نباید مغایر با ضوابط معمول سازمان باشد.

۲-۱۷-۷. اجرای تمام سیاست‌ها و ضوابط ناظر بر برنامه‌های فیلم، سریال و نمایش، برای تله تئاتر نیز الزامی است.

۲-۱۸. سیاست ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه های مسابقه و سرگرمی

۲-۱۸-۱۰. در مسابقات نباید مقایسه‌های اختلاف برانگیز بین دو جنس زن و مرد، مطرح یا جنسیت زن و مرد تحقیر شود.

۲-۱۸-۱۹. مجری برنامه مسابقه و سرگرمی باید از شوخی با جنس مخالف و هر اقدامی که بی ادبی و یا بی احترامی نسبت به شرکت کنندگان در مسابقه است، اجتناب کند.

۲-۱۹. سیاست ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش برنامه های طنز

۲-۱۹-۷. شأن و شخصیت زنان و حریم آنان باید کاملاً رعایت شود. حرکات و کلمات دور از شأن زن مسلمان در بازی خانم‌های بازیگر یا مجری، قرار داده نشود.

۲-۱۹-۹. شوخی با مقدسات، ارزش‌ها، نمادها و شعارهای ارزشی ـ دینی، مفاخر مذهبی و ملی در برنامه‌های طنز ممنوع است.

۲-۱۹-۱۰. روابط خارج از ضوابط اسلامی و فرهنگ دینی جامعه در بین زن و مرد در برنامه‌های طنز نیز ممنوع است.

۲-۱۹-۱۴. طنز نباید مجوزی برای عبور از حدود اسلامی و ارزش‌های انسانی تلقی شود.

۲-۱۹-۲۹. نباید مردها نقش زن ها و زن ها نقش مردها را ایفا کنند.

فصل چهارم: سایر سیاست ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش

۴-۴. سیاست ها و ضوابط ویژه ناظر بر خرید و پخش برنامه ها تأمینی

۴-۴-۱۰. برنـامه های تأمینی نبایـد مروج آداب، رسوم، الگوها و ارزش های رفتاری بیگانه و ناقض هنجارهای جامعه اسـلامی باشد.

۴-۴-۱۸. تأمین و پخش برنامه‌هایی که حاوی اختلاط زن و مرد بوده و مغایر هنجارهای جامعه ایران است، ممنوع می‌باشد.

۴-۴-۱۹. در برنامه‌های تأمینی، رفتار و پوشش زنان نباید به گونه‌ای باشد که موجب تحریک شهوانی مخاطبین شود.

۴-۴-۲۰. در برنامه‌های تأمینی پخش هر تصویر، کلام، موسیقی و اشارات (المان‌ها) شهوانی ممنوع است.

۴-۴-۲۱. پخش برنامه‌های تأمینی که در آن زنان در نقش اول، مروج شخصیت‌های مردانه و فمینیستی هستند ممنوع می باشد.

۴-۶. سیاست ها و ضوابط ناظر بر تولید، تأمین و پخش پیام های بازرگانی

۴-۶-۱۹. در تبلیغ کالاـ و خـدمات، اسـتفاده از صـدا و تصویر زنان و دختران و بهره گیری از جاذبه های جنسـی، مطلقاً ممنوع می‌باشد.

پیوست ۲

اشاره

ص:۱۰۲

پیوست ۲

زیر فصل ها

وظایف و مسئولیت‌های سازمان صدا و سیما در طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»

وظایف و مسئولیت‌های سازمان صدا و سیما در طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»

وظایف و مسئولیت‌های سازمان صدا و سیما در طرح «راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»

مصوب ۱۳/۱۰/۱۳۸۴ شورای فرهنگ عمومی

اهتمام ویژه در خصوص معرفی و ترویج فرهنگ عفاف به منظور نهادینه سازی و جذاب نمودن آن؛

تبیین نقش حجاب و عفاف در افزایش سلامت جامعه و بهره وری آن از طریق تولید برنامه های مختلف؛

فرهنگ سازی در زمینه اصلاح پوشش نامناسب و ارائه راه حل های مؤثر و فوری از طریق تولید برنامه های کارشناسی، گفتمان، تولید فیلم، تیزرهای تلویزیونی و ... ؛

تبیین و آموزش احکام شرعی حجاب و عفاف و رعایت حریم عفاف در خانه و اجتماع و آموزش معیارهای رفتار صحیح زن و مرد جهت برقراری روابط متعادل اجتماعی؛

به تصویر کشیدن ابعاد شخصیت های الهی اسلام چون حضرت زهرا علیها السلام ، حضرت زینب علیها السلام و زنان نمونه از صدر اسلام تا دوران معاصر در

مناسبت های مذهبی و ملی و تأثیر آن در فرهنگ سازی و گسترش ارزش های اسلامی به صورت جذاب؛

ترویج الگوهای مناسب حجاب از طریق تولید فیلم و سریال و سایر برنامه های تلویزیونی و انجام مناظره علمی، فرهنگی و هنری در خصوص فلسفه حجاب و عفاف به منظور استحکام بنیه اعتقادی و فرهنگی جوانان؛

به تصویر کشیدن چهره بانوان محجبه کشورهای خارجی در زمینه های مختلف فرهنگی، هنری، اجتماعی و سیاسی از طریق برنامه های تلویزیون و تهیه فیلم از زندگی آنان؛

تهیه فیلم و ارایه تصویر روشن از تاریخچه و خاستگاه کشف حجاب در ایران به عنوان یک حرکت سیاسی با هدف تخریب بنیان های فکری و عقیدتی و رفتاری زنان در جامعه؛

آموزش و ترویج احکام شرعی حجاب و پوشش بومی (منطقه ای) در جغرافیای جمهوری اسلامی ایران؛

به تصویر کشیدن زنان تحصیل کرده، ممتاز، متعهد و باحجاب در فیلم ها و مجموعه های هنری و پرهیز از نشان دادن آنان در نقش ها و شخصیت های عامه و کم سواد؛

نشان دادن وضعیت حقوقی، فرهنگی و اجتماعی زنان در غرب و مقایسه آن با وضعیت زنان در غرب و مقایسه آن با وضعیت زنان در ایران به منظور ایجاد احساس رضایت خاطر زنان ایرانی از فرهنگ دینی و پایبندی آگاهانه تر آنان به عفاف و حجاب؛

ص:۱۰۴

نشان دادن اثرات منفی فرهنگ مبتذل و غیراخلاقی غرب در زندگی اجتماعی و خانوادگی؛

انجام تمهیدات لازم برای کاهش تأثیرات منفی سریال ها و فیلم های خارجی متضاد با فرهنگ اسلامی از طریق نقد و بررسی فیلم ها و سریال ها؛

معرفی نمونه های عینی از اساتید، مربیان، نفرات اول کنکور، المپیادی ها و خانواده های ایثارگران و .. از نظر مظاهر عفاف و حجاب و ساده زیستی؛

انعکاس موفقیت های جوانان ـ خصوصاً دختران ـ در ابعاد مختلف با هدف احیا و تقویت شخصیت و منزلت اجتماعی آنها؛

تهیه فیلم و گزارش از زندگی زنان فعال در عرصه های خانوادگی، مدیریتی، علمی، فرهنگی و هنری با محوریت موضوع «عفاف و پوشش»؛

آشنا کردن خانواده ها و جوانان نسبت به برگزاری ازدواج کم هزینه و ساده با توجه به شرایط اقتصادی جامعه؛

بازنگری در شرایط انتخاب فیلم ها و سریال های خارجی بر اساس ملاک های حجاب و عفاف؛

تهیه برنامه های متناسب با فرهنگ حجاب و عفاف برای کودکان و استفاده از قهرمان های عروسکی مطرح در کارتون ها و برنامه های کودک نظیر (علی کوچولو، کلاه قرمزی و ...) در ترویج فرهنگ عفاف و حجاب با همکاری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان؛

تهیه برنامه های مختلف در خصوص تاریخچه و جایگاه پوشش و حجاب در غرب، تبیین علل و عوامل آن و چگونگی رواج فرهنگ برهنگی در سده های اخیر در آن جوامع؛

ص:۱۰۵

نظارت مستمر بر تبلیغات تجاری به منظور جلوگیری از ایجاد روحیه مصرف گرایی و تجمل پرستی به عنوان عوامل ترویج بی مبالاتی اخلاقی و سوق آن به سوی تبلیغات و آگهی ها فرهنگی و اخلاقی؛

تدوین سیاست های روشن و مشخص در مورد سبک لباس و آرایش هنرمندان، مجریان زن و مرد و ... در برنامه ها، فیلم های سینمایی، تئاتر و ... با محوریت عفاف و حجاب؛

اطلاع رسانی مناسب و دقیق به خانواده ها در مورد علل آسیب های اجتماعی و انحرافات در خصوص زنان بی سرپرست، کودکان خیابانی، طلاق، اعتیاد، فرار دختران و نشان دادن عدم رعایت عفاف و حجاب در بروز این آسیب ها؛

انعکاس عواقب منفی استفاده از فیلم ها، نوارهای مبتذل و حضور در گروه های منحرف بر زندگی فردی _ اجتماعی از طریق برنامه های مناسب به صورت طبیعی و غیرعمدی؛

نشان دادن اثرات منفی تاثیر فرهنگ مبتذل و غیراخلاقی غرب در زندگی اجتماعی نوجوانان به صورت طبیعی؛

بیان آیات و روایات و توصیه های دینی در مورد مسئولیت مشترک زن و مرد در رعایت نگاه، رفتار و گفتار؛

اتخاذ سیاست های انضباطی در خصوص بازیگران زن صدا و سیما و جلوگیری از تجلیل و تبلیغ چهره هایی که در مناظر اجتماعی و عمومی با ظاهر و پوشش بد حضور پیدا می کنند؛

ترغیب و تشویق تولید کنندگان آثار فرهنگی که راه کارهای بدیع و جذاب در راستای تعمیق و توسعه فرهنگ عفاف ارائه نمایند؛

ص:۱۰۶

تجلیل از هنرمندان و فرهنگسازان متعهد که در اشاعه فرهنگ عفاف و حجاب صاحب اثر و نظر هستند؛

افزایش سطح آگاهی خانواده ها از طریق رسانه ملی در مورد اهمیت فرهنگ عفاف و حجاب؛

سفارش ساخت و تولید آثار برجسته و تأثیرگذار در موضوع حجاب.

پیوست ۳

اشاره

ص:۱۰۷

پیوست ۳

زیر فصل ها

معرفی نرم‌افزار چندرسانه ای «سیمای عفاف: رسانه ملی و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»

۱. بخش‌های نرم‌افزار

الف) پژوهش‌های برنامه‌ای

ب) بایسته‌های برنامه‌سازی

ج) متن‌های برنامه‌ای

د) مراکز و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی

هـ) نرم‌افزارهای حجاب و عفاف

و) مباحث کارشناسی

ح) هجوم رسانه ای

ز) تولیدات رسانه‌ای

۲. امکانات نرم‌افزار

معرفی نرم‌افزار چندرسانه ای «سیمای عفاف: رسانه ملی و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»

معرفی نرم‌افزار چندرسانه ای «سیمای عفاف: رسانه ملی و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب»

مقدمه

با توجه به نقش مهم و بی بدیل سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی در گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، ارائه بسته‌های آموزشی که اطلاعات و آگاهی‌های مورد نیاز در زمینه توان مندسازی مدیران، برنامه‌سازان، کارشناسان و پژوهشگران رسانه ملی برای تبلیغ و ترویج فرهنگ حجاب و عفاف، را در کوتاه‌ترین زمان ممکن، در اختیار دست اندرکاران سازمان صدا و سیما قرار دهد، اهمیت فراوانی دارد. یکی از گزینه‌های قابل توجه در این بسته‌های آموزشی، تهیه نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای است که اطلاعات و آگاهی‌های مورد نیاز را با حجم و تنوع قابل توجه و در قالب‌های گوناگون دیداری، شنیداری و نوشتاری در اختیار کاربران قرار دهد.

مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما در همین راستا، نرم‌افزار چند رسانه‌ای «سیمای عفاف: رسانه ملی و فرهنگ حجاب و عفاف» را تهیه کرده و در اختیار مخاطبان به ویژه مدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی قرار داده است.

۱. بخش‌های نرم‌افزار

ص:۱۰۸

۱. بخش‌های نرم‌افزار

نرم‌افزار چند رسانه‌ای «سیمای عفاف: رسانه ملی و فرهنگ حجاب و عفاف» شامل بخش‌های زیر است:

الف) پژوهش‌های برنامه‌ای

الف) پژوهش‌های برنامه‌ای

در این بخش، مهم‌ترین موضوع‌های مطرح در حوزه حجاب و عفاف در ایران بر اساس رویکردهای تخصصیِ فقهی، حقوقی، تاریخی، جامعه‌شناختی، روان‌شناختی، جریان‌شناختی و آسیب‌شناختی دسته‌بندی شده است. افزون بر آن، تمام محتوای علمی مورد نیاز برای برنامه‌سازی در این موضوع‌ها شامل اهداف برنامه‌سازی، محوریابی، منبع‌شناسی، منابع پژوهشی (متن کامل ده‌ها کتاب و مقاله منتشر شده در موضوع‌های گوناگون مرتبط با بحث حجاب و عفاف) به همراه معرفی کارشناسان مناسب هر موضوع گرد آمده است.

عنوان موضوع‌های هفت‌گانه ارائه شده در این بخش به شرح زیر است:

یک _ حجاب در اسلام؛

دو _ فلسفه و چرایی حجاب و عفاف؛

سه _ دلایل و زمینه های روان شناختی و جامعه شناختی بدحجابی؛

چهار _ بررسی تاریخی و جریان‌شناسانه حجاب در ایران؛

پنج _ نظام اسلامی و مسئله حجاب؛

شش _ آسیب‌ها و بایسته‌های گسترش فرهنگ حجاب؛

هفت _ مخاطب‌شناسی در تبلیغ و ترویج حجاب.

ب) بایسته‌های برنامه‌سازی

ص:۱۰۹

ب) بایسته‌های برنامه‌سازی

در این بخش با بهره گیری از دیدگاه‌های تخصصی کارشناسان حوزوی و دانشگاهی که در قالب چندین مقاله و گفت‌وگوی علمی ارائه شده است، ضمن بررسی عملکرد رسانه ملی در زمینه گسترش فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه، مهم‌ترین راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌ها ارائه شده که شایسته است مدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی در این باره به آنها توجه کنند.

ج) متن‌های برنامه‌ای

ج) متن‌های برنامه‌ای

در سومین بخش نرم‌افزار، با بهره گیری از آثار متعددی که مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما در قالب کتاب و نشریه، در سال‌های اخیر در موضوع حجاب و عفاف منتشر کرده است، مجموعه متنوعی از متن‌های برنامه‌ای شامل متن‌های کوتاه درباره موضوع‌های گوناگون مرتبط با بحث حجاب و عفاف، قطعه‌های ادبی، شعر، حکایت و ... برای استفاده گویندگان و برنامه‌سازانی ارائه شده است که در پی تبیین و ترویج فرهنگ و عفاف در برنامه‌های خود هستند.

د) مراکز و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی

د) مراکز و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی

بی‌تردید، تولید برنامه‌های فاخر و اثرگذار در زمینه گسترش فرهنگ حجاب و عفاف بدون بهره گیری از توان کارشناسی و پژوهشی سازمان ها، نهادها، مراکز و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی که در حوزه مباحث زنان یا به طور خاص در حوزه فرهنگ حجاب و عفاف فعالیت می کنند، امکان پذیر نیست. از این رو، در ششمین بخش این نرم‌افزار به معرفی این سازمان‌ها، نهادها، مراکز و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی پرداخته و راه های ارتباط با آنها بیان شده است.

ه_) نرم‌افزارهای حجاب و عفاف

ص:۱۱۰

ه_) نرم‌افزارهای حجاب و عفاف

در سال‌های اخیر نرم‌افزارهای متعددی در زمینه فرهنگ حجاب و عفاف تهیه شده است که آشنایی با آنها برنامه‌سازان را در ارتقای محتوای برنامه‌های خود یاری می‌دهد. در پنجمین بخش نرم‌افزار فهرستی از این نرم‌افزارها و قابلیت‌های آنها ارائه شده است.

و) مباحث کارشناسی

و) مباحث کارشناسی

آشنایی تخصصی پژوهشگران و برنامه سازان رسانه ملی با مباحث گوناگون مرتبط با فرهنگ حجاب و عفاف، پیش نیاز تهیه و تولید برنامه های فاخر، جذاب و اثرگذار در زمینه گسترش و نهادینه سازی این فرهنگ در جامعه ماست. به همین دلیل، در پنجمین بخش نرم افزار، با بهره گیری از حضور تعدادی از استادان و کارشناسان حوزوی و دانشگاهی که به صورت تخصصی درباره جنبه‌های گوناگون فقهی، حقوقی، تاریخی، تربیتی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی حجاب و عفاف مطالعه و پژوهش کرده‌اند، دوره فشرده و نسبتاً جامع آموزشی ارائه شده است.

عنوان‌های دروس اصلی این دوره آموزشی به شرح زیر است:

یک _ حجاب در اسلام: سرفصل‌های این عنوان درسی عبارتند از:

اول _ حجاب و عفاف در قرآن و روایات؛

دوم _ حدود و چارچوب‌های شرعی حجاب و عفاف؛

سوم _ آداب حجاب.

دو _ فلسفه و چرایی حجاب و عفاف: ذیل این عنوان به سرفصل‌های زیر پرداخته شده است:

اول ـ روان شناسی اختلافی زن و مرد؛

دوم ـ نظریه جنسی اسلام؛

سوم ـ آثار فردی و اجتماعی حجاب؛

چهارم ـ پی آمدهای بی حجابی.

سه ـ دلایل و زمینه های روان شناختی و جامعه شناختی بدحجابی: این عنوان درسی نیز شامل سرفصل های متعددی است که برخی از آنها عبارتند از:

اول ـ دلایل و زمینه های روان شناختی بدحجابی؛

دوم ـ دلایل و زمینه های جامعه شناختی بدحجابی؛

سوم ـ دلایل و زمینه‌های فرهنگی بدحجابی (با تأکید بر نقش رسانه ها).

چهار ـ بررسی تاریخی و جریان شناسانه حجاب در ایران: مهم ترین سرفصل هایی که ذیل این عنوان مطرح شده اند، به شرح زیر است:

اول ـ زمینه ها و عوامل فرهنگی، سیاسی و تاریخی کشف حجاب در ایران؛

دوم ـ بررسی وضعیت حجاب در دوران پهلوی دوم؛

سوم ـ بررسی وضعیت حجاب در ایران پس از انقلاب.

پنج ـ نظام اسلامی و مسئله حجاب: در ذیل این عنوان، موضوع‌های زیر بررسی شده است:

اول ـ مبانی مشروعیت مداخله حکومت اسلامی در موضوع حجاب؛

دوم ـ وظایف و مسئولیت‌های نظام اسلامی در موضوع حجاب.

شش ـ آسیب ها و بایسته های گسترش فرهنگ حجاب: سرفصل های اصلی این عنوان درسی عبارتند از:

اول ـ آسیب شناسی عملکرد خانواده ها در موضوع حجاب؛

دوم _ بایسته های درونی سازی حجاب در خانواده ها؛

سوم _ آسیب شناسی عملکرد نهادها و دستگاه های دولتی و عمومی در موضوع حجاب؛

چهارم _ بایسته های مقابله با بدحجابی و گسترش حجاب در جامعه (نهادهای حکومتی و عمومی)؛

پنجم _ بایسته های مقابله با بدحجابی و گسترش حجاب در جامعه (نهادهای تبلیغی)؛

ششم _ الگوهای حجاب در جهان معاصر.

هفت _ مخاطب شناسی در تبلیغ و ترویج حجاب: دو سرفصل مهمی که ذیل این عنوان به آنها پرداخته شده است، عبارتند از:

اول _ ویژگی های روان شناختی نوجوانان و جوانان؛

دوم _ راه کارهای جذب نوجوانان و جوانان به فرهنگ حجاب و عفاف.

ح) هجوم رسانه ای

ح) هجوم رسانه ای

شبکه های ماهواره ای بیگانه در چند سال اخیر با هدف گسترش فساد و تباهی در ایران اسلامی، هجوم گسترده و سازمان یافته ای را به فرهنگ حجاب و عفاف آغاز کرده و هر یک از آنها به گونه ای درصدد تضعیف این فرهنگ در میان جوانان و نوجوانان ایرانی برآمده اند. شبکه های ویژه فیلم و سریال با پخش فیلم های مستهجن، فرهنگ برهنگی و بی بند و باری را در جامعه ما ترویج می کنند. شبکه های خبری و تحلیلی نیز با شبهه افکنی در مبانی حجاب و عفاف و زیر سؤال بردن طرح ها و برنامه های نظام جمهوری اسلامی برای گسترش فرهنگ حجاب و عفاف و مقابله با بدحجابی،

پایه های اعتقادی زنان و دختران ایرانی را تضعیف و آنها را در پذیرش این فرهنگ متعالی دچار تردید و دودلی می کنند.

بـا توجه به نکـات یادشـده و اهمیت مقـابله بـا هجوم رسـانه‌ای گسترده و سازمـان‌یـافته به فرهنگ حجاب و عفاف، در هفتمین بخش نرم‌افزار، جنبه‌های گوناگون این هجوم رسانه ای در دو قسمت، تبیین، تحلیل و بررسی شده است.

در قسـمت نخست این بخش، گزیـده ای از برنامه هایی آمده که در طول سال های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ با موضوع حجاب و عفاف از شـبکه هـای ماهواره ای خبری و تحلیلی ماننـد بی.بی.سـی و صـدای امریکا پخش شـده است. در قسـمت دوم این بخش نیز مقاله‌ها و تحلیل‌های متعددی در این زمینه عرضه شده است.

ز) تولیدات رسانه‌ای

ز) تولیدات رسانه‌ای

چنان که در مقـدمه یادآور شـدیم، صـدا و سـیمای جمهوری اسـلامی، در زمینه تبلیغ، ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه اسـلامی، رسالت و مسـئولیت سـنگینی بر عهـده دارد. به همین دلیل، مـدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی باید از همه قـابلیت‌هـا و توان منـدی‌هـای رسـانه در این زمینه، اسـتفاده و بـا بهره گیری عالمـانه و هنرمنـدانه از ساختارهـای گونـاگون برنامه‌سازی، برنامه‌های متنوع و جذابی برای گروه های مختلف مخاطبان خود تولید و پخش کنند.

بـا توجه به این موضوع و بـا هـدف آشـنا کردن برنـامه سـازان رسـانه ملی با برخی برنامه‌هایی که در سال‌های اخیر در صـدا و سیمای جمهوری اسلامی با موضوع حجاب و عفاف تولید شده، هشتمین بخش این نرم افزار به ارائه

ص:۱۱۴

جدیدترین برنامه‌های تولید شده در این موضوع اختصاص یافته است. در قسمت نخست این بخش، برخی تولیدات تلویزیونی و در قسمت دوم آن، برخی تولیدات رادیویی گرد آمده است.

۲. امکانات نرم‌افزار

۲. امکانات نرم‌افزار

نرم‌افزار آتوران و بدون نیاز به نصب می‌باشد و بخش‌های صوتی، تصویری و متنی با قابلیت‌های بزرگنمایی، ذخیره، پرینت و جست‌وجو می‌باشد.

تهیه‌کننده: مدیریت پژوهش برنامه‌ای و نگارش فیلم‌نامه اداره کل خدمات رسانه‌ای مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما

طراح، پژوهشگر و مجری: ابراهیم شفیعی سروستانی

پیوست ۴

ص:۱۱۵

پیوست ۴

مأخذشناسی رسانه ملی و فرهنگ عفاف و حجاب(۱)

آذرشین، سیدامیر، مطالعه نقش زن در نمایش‌های تلویزیونی بر اساس سه دیدگاه اسلامی، فمنیستی و سنتی، تهران، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۵.

آصفی، محمدمهدی، «حکم بازیگری زن در فیلم و تئاتر»، فقه اهل بیت، تابستان ۱۳۷۹، شماره ۲۲، صص ۵۹ _ ۹۸.

ابراهیم زاده، حسن، «حجاب و رسانه های جمعی و هویت ما»، پیام زن، خرداد ۱۳۸۶، شماره ۱۸۳، صص ۱۴۴ _ ۱۵۱.

ابراهیمی، محبوبه، «رسانه های دیداری و رسالت ترویج حجاب»، فرهنگ پویا (ویژه جوان، هویت، رسانه)، شهریور ۱۳۸۷، شماره ۸ و ۹، صص ۱۳۲ _ ۱۳۴.

براتی، عبدالعلی، «حجاب و رسانه»، فرهنگ کوثر، زمستان ۱۳۸۷، شماره ۷۶، ص۱۲.

پیشوایی، فریده و مریم رضایی، «راه کارهای گسترش عفاف و حجاب در سیما»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، ش۳، زمستان ۱۳۹۰.

۱- در تهیه بخشی از این مأخذشناسی از «مأخذشناسی حجاب و رسانه» اثر آقای عیسی زارعی استفاده شده است.

______________________ ، حجاب و عفاف در سیما: آسیب ها و راهکارها، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، با همکاری دفتر امور زنان و خانواده سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۶، ۶۶ صفحه.

پیشوایی، فریده، مریم رضایی و مرضیه رضاییان، «رسانه ملی و بایسته های ترویج حجاب و عفاف»، در حجاب، مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۲، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

پیشوایی، فریده، «راه کارهای قرآنی ترویج عفاف و حجاب و مقایسه آن با عملکرد رسانه ملی»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱

پیشوایی، فریده، «راه کارهای قرآنی ترویج عفاف و حجاب و مقایسه آن با عملکرد رسانه ملی»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱

ثابت قدم، سجاد، «نقش رسانه ها در فرهنگ سازی حجاب و عفاف»، شبستان، شهریور ۱۳۹۰، شماره ۲۳.

جعفری، علی، «خانم‌های چادری تلویزیون»، ماهنامه رواق هنر و اندیشه، شماره ۱۱، خرداد ۱۳۸۶.

جوادی یگانه، محمدرضا و حمیده هاتفی، «پوشش زنان در سینمای پس از انقلاب اسلامی»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، تابستان ۱۳۸۸، شماره ۱۱، صص ۶۴ _ ۷۶.

«حجاب در رسانه ملی، چالش ها و بایسته ها»، نامه جامعه، بهمن ۱۳۸۸، شماره ۶۵، ص۹۱.

«حجاب و مسئولیت‌های رسانه ملی: گفت‌وگو با: علی‌رضا پویا رئیس وقت مرکز تحقیقات صدا و سیما» در: ابراهیم شفیعی سروستانی (به کوشش)، حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، قم، پژوهشگاه فرهنگ و علوم اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷، ج ۳، صص ۱۷۹-

۱۹۸

دباغ، علی رضا، «نگره ای بر مقوله جنسیت در برنامه های طنز رسانه ملی (بررسی سیمای زن در برنامه های رسانه ملی)»، پژوهش و سنجش، تابستان ۱۳۸۳، شماره ۳۸، صص ۷۱ _ ۸۶.

راستی پیشه، طاهره، بررسی روابط قبل از ازدواج دختران و پسران در سریال های ایرانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: محمدعلی هرمزی زاده، استاد مشاور: حوا صابرآمل، کارشناس ارشد ارتباطات (گرایش تحقیق در ارتباطات)، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۹، ۲۰۴ صفحه.

«رسانه تصویری، اثرگذارترین وسیله ارتباطی برای ترویج عفاف در جامعه است»، نامه ارتباطات و دین، اردی بهشت و خرداد ۱۳۸۷، شماره ۱۳ و ۱۴، صص ۸ و ۹.

رشکیانی، مهدی، «تحلیل نمایش روابط خانوادگی و عفاف و حجاب در سریال فاصله ها»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱.

ریاحی، مرضیه، «آسیب شناسی نقش رسانه ها در ترویج فرهنگ حجاب»، پاسدار اسلام، آبان ۱۳۹۰، شماره ۳۵۹، ص۴۳.

زارعی، عیسی، «مأخذشناسی حجاب و رسانه»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱.

شاکری‌نژاد، محسن، مؤلفه‌های حجاب و عفاف در پربیننده ترین فیلم های سینمایی ایران در سال ۱۳۸۶، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده صدا و سیمای جمهوی اسلامی ایران، ۱۳۸۸.

شجاعی پور، محمدعلی، سنجش نگرش دانشجویان دانشگاه های شهر

ص:۱۱۸

اراک نسبت به پوشش و موفقیت و عملکرد صدا و سیما در گسترش و نهادینه کردن فرهنگ حجاب، صدا و سیمای استان مرکزی، واحد آموزش و پژوهش، ۱۳۸۵، ۳۷۰ صفحه.

شفیعی سروستانی، ابراهیم، «وظایف و بایسته‌های رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب بر اساس مصوب شورای فرهنگی عمومی»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱.

صحفی، سید محمد علی، «نگاهی به سبک زندگی و پوشش زنان در سریال سقوط یک فرشته»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره۳، زمستان ۱۳۹۰.

علاسوند، فریبا، «جستاری در آسیب شناسی حضور زن مسلمان در رسانه»، پژوهش های ارتباطی، تابستان ۱۳۸۳، شماره ۳۸، ص۱۱۷.

«عملکرد رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب: گفت وگو با فریبا علاسوند»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱.

قادری، سید رضی، ارتباط زن و مرد در برنامه های تلویزیونی از نظر اخلاق، پایان نامه کارشناسی ارشد استاد راهنما: سید مسعود معصومی، استاد مشاور: یوسف زاده، کارشناس ارشد ارتباطات، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۷.

قاسمی، فاطمه، چگونگی روابط میان فردی زن و مرد و بررسی عوامل مؤثر بر آن در سریال‌های ایرانی، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۳.

کلانتری، محبوبه، ایده و ایده پردازی با موضوع «حجاب و واقعه کشف

حجاب» بر مبنای اهداف کلان افق رسانه، اولویت های برنامه سازی شبکه ها و تجلی پیام در صدا و سیما، تهران، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، اداره کل آموزش و پژوهش سیما، ۱۳۸۷، ۴۴ صفحه.

گیتی، حسین، «پوشش در فیلم های سینمای ایران از آغاز تا ۱۳۸۵: لباس با بار فرهنگی در روایت فیلم ها»، فرهنگ و سینما، فروردین ۱۳۸۶، شماره ۱۸۲، صص ۳۷ _ ۴۴.

محمدی همدانی، اصغر، فیلم و بازیگری در منابع دینی، تهران، گلزار کتاب، ۱۳۸۴، ۱۹۶ صفحه.

مرکز تحقیقات صدا و سیما، بررسی نقش صدا و سیما در تعدیل گرایش جوانان و نوجوانان به الگوی بیگانه در پوشش، آرایش و ترویج الگوی ملی _ اسلامی، ۱۳۸۱.

موسوی، آمنه، «عفاف و حجاب در دست اندازهای رسانه»، پنجره، شهریور ۱۳۹۰، شماره ۱۰۵.

میرخندان، حمید، «نگاه به تصویر در فقه»، بیناب، آبان ۱۳۸۳، شماره ۷، صص ۳۰۸ _ ۳۲۳.

نقی زاده، حسین، «سینما و حجاب»، مبلغان، اردی بهشت ۱۳۸۷، شماره ۱۰۲، ص۸۵.

«نقش ارتباطات رسانه ای در زمینه حجاب وعفاف: گفت وگو با پروین سلیحی و طیبه ربانی، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱.

هاکس، کیتی، «اثرگذاری رسانهها بر نوع پوشش دختران»، ترجمه: وحیده پیشوایی، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، سال اول، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۰.

ص:۱۲۰

هرمزی زاده، محمـدعلی، بررسـی ارزش‌هـای اسـلامی در سـریال های همسـران و آپارتمان، تهران، مرکز مطالعات تحقیقات و سنجش برنامه ای سازمان صدا و سیما، ۱۳۷۴.

یـامین پور، وحیـد، «امنیت اخلاقی و تصویرسازی رسانه ملی: بایسـته های پرداخت رسانه ملی به موضوع پیش گیری از جرم»، پژوهش و سنجش، بهار ۱۳۸۷، شماره ۵۳، صص ۱۲۹ _ ۱۴۲.

پیوست ۵

اشاره

ص:۱۲۱

پیوست ۵

زیر فصل ها

آثار مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما در موضوع عفاف و حجاب

الف) کتاب‌ها

ب) نشریات

ج) نرم‌افزار

آثار مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما در موضوع عفاف و حجاب

آثار مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما در موضوع عفاف و حجاب

زیر فصل ها

الف) کتاب‌ها

الف) کتاب‌ها

اسحاقی، سیدحسین ، مروارید عفاف _ کاوشی در حیا، غیرت و حجاب، ۱۳۸۶، ۹۲ صفحه.

پیشوایی، فریده و مریم رضایی، حجاب و عفاف در سیما، آسیب ها و راه کارها، ۱۳۸۶، ۶۶ صفحه.

جمعی از نویسندگان، حجاب: جایگاه زن از دیدگاه اسلام، ۱۳۷۶، ۳۹۲ صفحه.

جوان، عبدالله، بررسی روابط دختر و پسر در ایران و راه کارهای اصلاحی آن و رسالت رسانه در این راستا، ۱۳۸۷، ۲۶۲ صفحه.

دهقانی، اکرم سادات، چادر و مقنعه در قرآن و حدیث، ۱۳۸۴، ۱۶۲صفحه.

شفیعی سروستانی، ابراهیم، زن؛ نظام سلطه و رسانه ها، ۱۳۹۰، ۱۹۲صفحه.

صادقی، حسن، معاشرت زنان و مردان از دیدگاه قرآن، ۱۳۸۲، ۱۴۲صفحه.

معین الاسلام، مریم، پوشش و آرایش، ۱۳۸۶، ۱۰۰صفحه.

مهدی زاده، حسین، تأثیر پوشش اسلامی در مهار غریزه جنسی، ۱۳۸۳، ۱۰۶ صفحه.

ب) نشریات

ب) نشریات

«اثرگذاری رسانه ها بر نوع پوشش دختران نوجوان»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۰.

«اجرای طرح استعماری کشف حجاب به دستور رضاخان»، گلبرگ، شماره ۹۴، دی ۱۳۸۶.

«اجرای طرح استعماری کشف حجاب توسط رضاخان»، اشارات، شماره ۱۱۶، دی ۱۳۸۷.

«الگوی زن مسلمان: زهرا علیها السلام در اوج حیا»، طوبی، شماره ۳۳.

«انقلاب سیاه»، اشارات، شماره ۱۰۴، دی ۱۳۸۶.

«ایمان و حیا»، طوبی، شماره ۱۹، تیر ۱۳۸۶.

«بی‌حجابی، نمود پیروی از فرهنگ غیرخودی»، طوبی، شماره ۲۰، مرداد ۱۳۸۶ .

«پوشش برتر»، طوبی، شماره ۱۴، دی ۱۳۸۵.

«پوشش در میان اعضای یک خانواده اسلامی»، طوبی، شماره ۳۶ ، مهر و آبان ۱۳۸۸.

«پوشش و حجاب، پاسدار حرمت زنان»، طوبی، شماره ۱۹، تیر ۱۳۸۶.

«تارهای تردید»، طوبی، شماره ۳۱، زمستان ۱۳۸۷.

«توطئه استکباری کشف حجاب توسط رضاخان پهلوی»، اشارات، شماره ۹۲، دی ۱۳۸۵.

ص:۱۲۳

«چرا حجاب؟»، اشارات، شماره ۱۲۸، دی ۱۳۸۸.

«حافظان حجاب» (سالروز اجرای سیاست کشف حجاب)، گلبرگ، شماره ۴۶، ۱۳۸۲.

«حجاب، گوهر آسمانی» (سالروز کشف حجاب)، گلبرگ، شماره ۷۰ ، دی ۱۳۸۴.

«حجاب، هدیه‌ای آسمانی» (سالروز اجرای سیاست کشف حجاب، گلبرگ، شماره ۵۸، دی ۱۳۸۳.

«حریم عفاف»، اشارات، شماره ۶۸ ، دی ۱۳۸۳.

«حیا و خویشتن‌داری»، طوبی، شماره ۵، اردی‌بهشت ۱۳۸۵.

«در حریم عفاف»، طوبی، شماره ۳۱، زمستان ۱۳۸۷.

«دست‌های شیطان»، اشارات ، شماره ۸۰، دی ۱۳۸۴.

«راه کارهای گسترش فرهنگ عفاف وحجاب در سیما»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۰.

«سالروز اجرای سیاست استعماری کشف حجاب»، گلبرگ، شماره ۸۲، دی ۱۳۸۵.

«عفاف حریم عاشقی»، طوبی، شماره ۳۵، مرداد ۱۳۸۸.

«عملکرد رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب در گفت وگو با خانم فریبا علاسوند»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۰.

«کتابشناسی در موضوع حجاب وعفاف»، طوبی، شماره ۳۵، مرداد ۱۳۸۸.

«کشف حجاب توسط رضاخان»، اشارات، شماره ۹۸، تیر ۱۳۸۶.

«محدوده آزادی روابط دختران و پسران»، طوبی، شماره ۳، اسفند ۱۳۸۴.

ص:۱۲۴

«نشانه‌های مؤمن»، گلبرگ، شماره ۷۰ ، دی ۱۳۸۴.

«نقش خانواده در نهادینه کردن حجاب و عفاف در فرزندان»، طوبی، شماره ۳۵، مرداد ۱۳۸۸.

«نکته‌های ظریف»، اشارات، شماره ۱۱۰، تیر ۱۳۸۷.

«نگاهی به بایسته‌های پوششی در حریم خانواده و جامعه»، طوبی، شماره ۱۵، اسفند ۱۳۸۵.

«نگاهی به سبک زندگی و پوشش زنان در سریال سقوط یک فرشته»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره۳، زمستان ۱۳۹۰.

«وظایف و بایسته های رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب بر اساس مصوبات شورای فرهنگ عمومی»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۰.

«یادداشتی علمی بر علل روان شناختی بدحجابی در دختران»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۰.

ج) نرم‌افزار

ج) نرم‌افزار

نرم‌افزار چندرسانه‌ای «سیمای عفاف: رسانه ملی و فرهنگ عفاف و حجاب»، تابستان ۱۳۹۱.

کتاب نامه

ص:۱۲۵

کتاب نامه

الف) کتاب

بنیانیان، حسن، پوشش اسلامی: چالش‌ها و راه کارها با رویکردی به مهندسی فرهنگی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۹.

جعفری، مرتضی، واقعه کشف حجاب، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی و پژوهش و مطالعات فرهنگی، چاپ دوم، ۱۳۷۳.

جعفریان، رسول، داستان حجاب در ایران پیش از انقلاب، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۴.

حداد عادل، غلا معلی، فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی، تهران، سروش، چاپ دهم، ۱۳۸۲.

دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، گفتمان خانواده: بیانیه تحلیلی دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، مرکز نشر هاجر، ۱۳۹۱.

دموس، نانسی لی، دروغ‌هایی که زنان باور می‌کنند و حقایقی که آنها را آزاد می‌سازد، ترجمه و تلخیص: پریسا پورعلمداری، قم، دفتر نشر معارف، چاپ اول، ۱۳۸۷.

زائری، محمدرضا، حجاب بی‌حجاب، چاپ اول: اصفهان، آرما، چاپ اول، ۱۳۹۰.

سعدی‌پور، اسماعیل؛ علیرضا خوشگویان فرد و معصومه طالبی دلیر، اثرسنجی در حوزه رسانه با تأکید بر تلویزیون، تهران، مرکز تحقیقات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول، ۱۳۹۰.

شفیعی سروستانی، ابراهیم (به کوشش)، حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی (جلد ۳)، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

______________ ، (به کوشش)، نظام اسلامی و مسئله روسپی گری، قم، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، چاپ اول، ۱۳۸۵.

______________ ، زن؛ نظام سلطه و رسانه‌ها، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۹۰.

صلاح، مهدی، کشف حجاب، زمینه‌ها، واکنش‌ها و پی آمدها، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی، چاپ اول، ۱۳۸۴.

کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (قدرت هویت)، ج۲، ترجمه: حسن چاووشیان، تهران، طرح نو، چاپ پنجم، ۱۳۸۵.

ب) مقاله

ابتهاج, فریبا و طیبه اسدی، «به رسمیت شناختن هویت فردی و حقوق انسانی زن؛ راه‌کار گسترش حجاب» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲, صص ۵۴۴ _ ۵۷۷.

امیری، ابراهیم، «روزشمار تحولات و رویدادهای زنان در ۲۵ سال

گذشته»، پیام زن، سال چهاردهم، شماره دوم، اردیبهشت ۱۳۸۴.

پیشوایی، فریده و دیگران، «رسانه ملی و بایسته‌های ترویج حجاب و عفاف» در: ابراهیم شفیعی سروستانی (به کوشش)، حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۴۰۷ _ ۴۳۳، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

جعفری، علی، «خانم های چادری تلویزیون»، ماهنامه رواق هنر و اندیشه، شماره ۱۱، خرداد ۱۳۸۶.

حاج عبدالباقی، مریم، «مقایسه رویکرد قرآن کریم و سیاست جمهوری اسلامی در طرح موضوع حجاب»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، صص ۴۳۹ _ ۴۶۳، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

«حجاب و مصوبه‌های اجرا نشده: گفت‌وگو با منیره نوبخت، رئیس شورای فرهنگی، اجتماعی زنان» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۳۰۳ _ ۳۱۷، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

حق‌شناس، سیدجعفر، «مبانی و راه کارهای قرآن برای گسترش عفاف و حجاب» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۱، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

شرف‌الدین، سیدحسین، «ریشه‌یابی جامعه‌شناختی بدحجابی» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۲۱۰و ۲۱۱.

«شورای فرهنگ عمومی و عزم ملی برای مهار بدحجابی: گفت‌وگو با

منصور واعظی، دبیر شورای فرهنگ عمومی» در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۳۱۹ _ ۳۳۴، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

ضیائی، بیتا، «طرح‌های ساماندهی حجاب و عفاف در ایران»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۴۳۲ _ ۴۵۱، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

«طرح‌های سازمان‌دهی حجاب و عفاف، گفت‌وگو با بتول محتشمی، دبیرشورای فرهنگی _ اجتماعی زنان»، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۳، صص ۲۵۹ _ ۲۶۷، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

علاسوند، فریبا، «رسانه و بحران نقش‌های جنسیتی در خانواده»، فصلنامه بازتاب اندیشه، دوره جدید، شماره اول، زمستان ۱۳۸۹.

«عملکرد رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب: گفت و گو با فریبا علاسوند»، فصلنامه تخصصی مطالعات جوان و رسانه، دوره جدید، شماره۳، زمستان ۱۳۹۰.

«ملاحظات روان‌شناختی در موضوع حجاب»، گفت و گو با دکتر شکوه نوابی‌نژاد، در: حجاب؛ مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۳، صص ۲۸۷ _ ۳۰۲، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

«میزگرد رسانه و الگوی خانواده مطلوب ایرانی، اسلامی»، فصلنامه تخصصی رسانه و خانواده، شماره اول، زمستان ۱۳۹۰.

«نظام اسلامی و مسئله حجاب: گفت‌وگو با دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی»، مجله حوراء، شماره ۳۷، دی ۱۳۸۹.

ج) پایگاه اطلاع رسانی

«ساز ناکوک دستگاه ها در گسترش فرهنگ عفاف و حجاب» در: پایگاه تحلیلی ـ خبری خانواده و زنان:

.http://www.mehrkhane.com/showcontent.aspx?contentId=۳۳۳۸

سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار با رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۱۱/۹/۱۳۸۳ در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای:

.http://farsi:khamenei:ir/speech-contenet?id=۳۲۶۲

سخنان رهبر معظم انقلاب در دیدار با مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران، ۱۶/۵/۱۳۹۰. در: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای:

.http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanatid=۸۴۳۲

سخنان مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای سیاست‌گذاری صدا و سیما، ۱۴/۱۲/۱۳۶۹. در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای:

سخنان مقام معظم رهبری در دیدار با مدیران و برنامه‌سازان کشورهای مختلف، ۲۶/۲/۱۳۸۵. در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای:

.content?id=۳۳۴۰

سخنان مقام معظم رهبری در سومین نشست اندیشه‌های راهبردی، ۱۴/۴/۹۱، در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی سید علی خامنه‌ای:

.http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id۱=۱۸۴۵۳

سخنرانی رهبر معظم انقلاب در اجتماع بزرگ بانوان، ۳۰/۷/۱۳۷۶، در

پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای:

.http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=۱۵۰۱

متن کامل قانون راه کارهای اجرایی گسترش فرهنگ حجاب و عفاف»، در: پایگاه اطلاع رسانی نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران:

.http://www.poloce.ir/ipootalg/Home/show page, cspn?object-news۸ID

«ناتوانی در سیاست گذاری حوزه حجاب: گفت و گو با حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد» در پایگاه تحلیلی ـ تبیینی برهان:

.http:// www. Borhan.ir.//Nsite/full story/ news/? Id=۳۷۴۴

ص:۱۳۲

از مجموعه کتاب های آیین برنامه سازی تاکنون منتشر شده است:

آیین برنامه سازی در «اتحاد ملی و انسجام اسلامی»

آیین برنامه سازی در موضوع «مهدویت»

آیین برنامه سازی «سیر و سلوک در قرآن»

آیین برنامه سازی درباره «اصلاح الگوی مصرف»

آیین برنامه سازی درباره «تاریخ مقدس و رسانه»

آیین برنامه سازی «قابلیت فیلم مستند برای انتقال مفاهیم دینی»

آیین برنامه سازی «زندگی امام موسی کاظم علیه السلام »

ص:۱۳۳

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ .ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان -خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ ـ ۰۲۱

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹